



UNIVERSIDADE DO VALE DO TAQUARI
CURSO DE DIREITO

**O FENÔMENO DO (SUPER)ENDIVIDAMENTO EM LAJEADO/RS:
ANÁLISE DO ANO DE 2018**

Manuela Johann Etgeton

Lajeado, novembro de 2019

Manuela Johann Etgeton

**O FENÔMENO DO (SUPER)ENDIVIDAMENTO EM LAJEADO/RS:
ANÁLISE DO ANO DE 2018**

Monografia apresentada na disciplina de Trabalho de Curso II – Monografia, do Curso de Graduação em Direito, da Universidade do Vale do Taquari - UNIVATES, como parte da exigência para obtenção do título de Bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Me. Renato Luiz Hilgert

Lajeado, novembro de 2019

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus pela vida, e por me proporcionar muita paciência no decorrer desse trabalho acadêmico.

Agradeço aos meus pais, por me incentivarem ao estudo, e por estarem sempre dispostos a ajudar da melhor forma possível, cada um da sua maneira. São minha base e possuem uma grande importância na minha vida.

À minha família, principalmente minha tia, Liliana Johann, que, por diversas vezes, aguentou meus “surto” e é aquela que sempre acredita em mim.

Ao meu orientador, mestre e professor Renato Luiz Hilgert, que não mediu esforços para me orientar na realização desse trabalho.

Agradeço também, ao meu namorado, que sempre esteve disposto a me ajudar, seja na formatação, nos materiais, ou até na leitura da monografia, bem como me fornecendo palavras de incentivo.

Às minhas amigas, Maria Luiza Pinheiro Pimentel e Kétlin Samara Black, bem como outras da vida e do curso de Direito, que me ouviram, aconselharam e estiveram próximas nessa etapa tão importante para mim.

Agradeço, também, aos profissionais que me proporcionaram os dados expostos nesse trabalho, e que sempre me receberam com hospitalidade e tentando contribuir da melhor maneira possível.

*“Quando vou a um país, não examino se há boas leis, mas se as que lá existem
são executadas, pois boas leis há por toda parte”
(Montesquieu)*

RESUMO

Cada vez mais presente a situação de pessoas (super)endividadas na sociedade atual de consumo, considerando a alta influência da mídia e os meios facilitados de oferta de crédito. Indivíduos adquirem pelo impulso e depois não conseguem quitar suas dívidas, prejudicando, muitas vezes, seu sustento e de sua família. A presente monografia foca no estudo do fenômeno do (super)endividamento em Lajeado/RS no ano de 2018. Trata-se de pesquisa quali-quantitativa, realizada pelo método dedutivo, a qual se dará por procedimentos técnicos, baseado em doutrinas, artigos, legislações e análise de dados. No primeiro capítulo do desenvolvimento, há estudo bibliográfico sobre o contexto histórico do Direito do Consumidor no Brasil, conceituação de consumidor e fornecedor, e ainda, descrição sobre dois princípios importantes e fundamentais, previstos no Código de Defesa do Consumidor: o da vulnerabilidade e protecionismo. No segundo capítulo, figura o estudo do fenômeno do superendividamento, no que tange sua conceituação e espécies, e por fim, descreve sobre possíveis práticas preventivas para não entrar nessa situação, e caso entre, possíveis tratamentos para se livrar dela. No terceiro capítulo, busca-se conhecer os dados disponíveis em Lajeado/RS acerca dos consumidores endividados, como suas principais características e credores. Ainda, são analisados dados disponíveis da Capital do Estado, Porto Alegre, com a finalidade de montar comparativo. Nesse sentido, conclui que Lajeado/RS carece de informações e práticas de tratamento para os consumidores (super)endividados.

Palavras-chave: Código de Defesa do Consumidor. Dívidas. Superendividamento.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 01 – Inadimplência em Lajeado.....	57
Gráfico 02 – Idade dos (super)endividados.....	58
Gráfico 03 – Gênero dos (super)endividados.....	59
Gráfico 04 – Atendimentos realizados pelo PROCON	60
Gráfico 05 – Gênero dos (super)endividados.....	61
Gráfico 06 – Principais credores	62
Gráfico 07 – Famílias endividadas	64
Gráfico 08 - Famílias endividadas com contas em atraso.....	65
Gráfico 09 - Famílias que não terão condições de pagar.	66
Gráfico 10 - Tipos de dívidas.....	67
Quadro 01 – População rural para urbana.....	12
Quadro 02 – Principais passos para sair do endividamento.....	37
Quadro 03 – Dicas para reverter o superendividamento.....	38
Quadro 04 – População estimada.....	54

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

art.	Artigo
arts.	Artigos
Caput	Parte superior, extremidade de um artigo de lei
CF	Constituição Federal
CDC	Código de Defesa do Consumidor
CC	Código Civil
inc.	Inciso
PROCON	Programa de Proteção e Defesa do Consumidor
CDL	Câmara de Dirigente de Lojistas
SPC	Serviço de Proteção ao Crédito
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
PL	Projeto de Lei
nº	Número
p.	Página
TJ/RS	Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul
v.	Volume
§	Parágrafo

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	O DIREITO DO CONSUMIDOR NO BRASIL	12
2.1	Contexto histórico do direito do consumidor e sua necessidade de regulamentação.....	12
2.2	Conceito de consumidor.....	16
2.3	Conceito de fornecedor	20
2.4	Os princípios do protecionismo e da vulnerabilidade previstos no CDC.....	22
3	O SUPERENDIVIDAMENTO NO CAMPO DO CONSUMO	26
3.1	Conceituação.....	26
3.2	Classificação das espécies dos <i>superendividados</i>	30
3.3	Práticas preventivas para evitar o “superendividamento”	34
3.4	Tipos de créditos existentes no mercado de consumo.....	39
3.4.1	Práticas abusivas e a existência da responsabilidade dos fornecedores do crédito	43
3.5	Possíveis tratamentos para os consumidores <i>superendividados</i>	48
4	O (SUPER)ENDIVIDAMENTO EM LAJEADO/RS.....	52
4.1	Definição do SPC, PROCON e CDL	52
4.2	População estimada dos municípios da Comarca Judicial Estadual de Lajeado/RS.....	54
4.3	Análise dos dados obtidos.....	55
4.3.1	Procedimentos metodológicos.....	55
4.3.2	Endividados conforme a CDL	56
4.3.3	Idade	57

4.3.4 Gênero conforme dados da CDL	58
4.3.5 Atendimentos realizados pelo PROCON.....	59
4.3.6 Gênero conforme dados do PROCON.....	60
4.3.7 Principais credores.....	61
4.4 Análise de dados do Estado do RS	63
4.4.1 Famílias endividadas.....	63
4.4.2 Endividados com contas em atraso	64
4.4.3 Endividados que não terão condições de pagar aos credores	65
4.4.4 Principais tipos de dívidas – Dezembro/2018.....	66
5 CONCLUSÃO	69
REFERÊNCIAS.....	73
ANEXOS	79
ANEXO A	80
ANEXO B	81

1 INTRODUÇÃO

Na sociedade atual, com o consumo excessivo, bem como com o mercado impulsionando ao ato da compra, pelas diversas condutas abusivas do fornecedor do produto e/ou serviço, surgiu o fenômeno do superendividamento como consequência. Afeta indivíduos de diferentes níveis econômicos, considerando que muitas vezes são forçados a consumir para se inserirem no meio social, resultando assim, num endividamento além dos seus limites, além daquilo que se previa.

Ademais, um fato que corrobora bastante com essa situação é o fornecimento fácil do crédito pelo mercado, por exemplo, com o empréstimo consignado, cartões de crédito, carnês, cheques, bem como outras modalidades de parcelamentos a prazo, podendo ser um perigo atual ou futuro, tendo em vista que este fornece ao consumidor a sensação de “poder”, considerando que, naquele momento, ele tem poderes para adquirir aquilo que almeja, mesmo sabendo que possui o seu orçamento reduzido, o que resulta assim, num risco de endividamento em demasia.

A pesquisa da presente monografia aponta como problema identificar quais são as características sociais e econômicas mais frequentes das pessoas em situação de (super)endividamento na cidade de Lajeado/RS. Esse questionamento surge com a hipótese de que o conceito de superendividamento não é totalmente conhecido e nem formado, visto que é conceituado de maneira diversa por doutrinadores. Dessa maneira, presumir-se-á que a maioria dos endividados da cidade são homens, e permanecem nesse sistema pela facilidade de crédito disposto pelo mercado, bem como pelo próprio uso do cartão de crédito, muitas vezes com limites superiores àqueles que o consumidor pode pagar.

Assim, o objetivo deste trabalho é compreender o superendividamento, de que maneira ele está inserido na sociedade atual, bem como o índice de (super)endividados na cidade de Lajeado/RS.

No tocante à abordagem, a pesquisa adotou o modelo quali-quantitativo, tendo em vista que os dados obtidos serão posteriormente analisados. O método da pesquisa é dedutivo, partindo de um contexto histórico e geral para os argumentos particulares, fundados em pesquisa de dados realizada junto à CDL e ao PROCON, bem assim no referencial teórico que envolve doutrina, artigos, e documentais, principalmente Constituição Federal e Código de Defesa do Consumidor.

Dessa maneira, no primeiro capítulo é analisado o contexto histórico do Direito do Consumidor no Brasil e porque este possuiu a necessidade de regulamentação, bem como os conceitos de consumidor e fornecedor, e ainda, será explanado sobre dois princípios previstos no CDC: o do protecionismo e da vulnerabilidade.

Já no segundo capítulo, foi estudado o conceito de superendividamento e suas espécies, e ainda, serão fornecidas informações sobre possíveis prevenções para esse fato não ocorrer. Ademais, foi dissertado sobre o que é o crédito, e qual é a responsabilidade dos credores quando fornecem o crédito sem uma averiguação eficaz. Por fim, foi comentado sobre possíveis tratamentos existentes para que o consumidor consiga sair de uma situação de superendividamento.

No último capítulo, foram verificados e analisados os dados coletados junto da CDL e do PROCON, em relação ao número e algumas características dos consumidores (super)endividados na cidade de Lajeado/RS, sobre o período anual de 2018. Também foi exposta a definição dos órgãos SPC, CDL e PROCON, considerando que são elementos essenciais da presente monografia, bem como será informado a população estimada da Comarca de Lajeado, tendo em vista que os dados coletados no PROCON abrangem a Comarca na sua totalidade, a fim de curiosidade.

Dessa forma, tem-se que o superendividamento é tema atual e importante para a sociedade, que, se existissem verdadeiras políticas públicas contra essa situação, com certeza diminuiria. Portanto, o tema será uma questão pertinente para ser

desenvolvido na presente monografia, tendo em vista que não se possui um respaldo legal, o tema é pouco conhecido. Assim, o TCC traz informações a fim de instruir a todos, bem como análise acerca dos resultados analisados.

2 O DIREITO DO CONSUMIDOR NO BRASIL

Neste capítulo, analisar-se-á o contexto histórico do Direito do Consumidor no Brasil e porque este possuiu a necessidade de regulamentação, bem como os conceitos de consumidor e fornecedor, e ainda, comentar-se-á sobre dois importantes princípios previstos no Código de Defesa do Consumidor, quais sejam: o do protecionismo e da vulnerabilidade.

Esses temas são relevantes para o entendimento dos capítulos posteriores, considerando que com o entendimento da história, dos conceitos e dos princípios do Direito do Consumidor que se compreenderá o que é o fenômeno do superendividamento, e tudo o que possui como consequência.

2.1 Contexto histórico do direito do consumidor e sua necessidade de regulamentação

A Revolução Industrial, que teve início nos séculos XVIII e XIX na Inglaterra, produziu seus reflexos no Brasil, e gerou uma extensa migração da população rural para regiões urbanas. Por exemplo, no País, conforme dados obtidos no *site* do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), percebe-se o aumento da população rural para urbana, no período do ano de 1940 a 2010, conforme exposto abaixo:

Quadro 01 – População rural para urbana

Período	Taxa de urbanização
1940	31,24%

1950	36,16%
1960	44,67%
1970	55,92%
1980	67,59%
1991	75,59%
2000	81,23%
2007	83,48%
2010	84,36%

Fonte: IBGE, 2007.

Segundo Almeida (2018, p. 34), “esse novo contingente populacional começou, ao longo dos tempos, a manifestar ávido interesse pelo consumo de novos produtos e serviços capazes de fazer suas necessidades materiais”.

A partir de 1989, com a queda dos regimes não capitalistas, o modelo de globalização, que já havia iniciado, praticamente completou seu ciclo, afetando quase todo o mundo. Assim, no Brasil, os produtores e fabricantes se preocuparam com a recepção da demanda, que aumentava na quantidade, diminuindo na qualidade, resultando em produtos e/ou serviços com defeitos ou com vícios (NUNES, 2019). Em razão disso, foram criados contratos padrões e formulários, de forma unilateral, beneficiando apenas os fornecedores, eis que tais pactuações tornaram-se obrigatórias aos consumidores. Ou seja, se o consumidor queria adquirir aquele produto ou serviço, deveria submeter-se às cláusulas previamente impressas no instrumento de contrato.

Deste modo, conforme Júnior (2017, p. 02), “a criação do Direito do Consumidor como uma disciplina autônoma tornou-se necessária, em razão da evidente superioridade do fornecedor frente ao consumidor em suas relações contratuais”.

Ainda, consoante Almeida (2018), o Direito da época não era suficiente para disciplinar as relações jurídicas de consumo, por isso, fez-se necessária a intervenção estatal para elaboração e execução de leis específicas, políticas públicas e jurisdição especializada de defesa do consumidor. Assim, deu-se a interferência do Estado-Legislator, o qual elaborou as leis de tutela do consumidor; do Estado-Administrador, que implementou tais leis de forma direta ou indireta; e do Estado-Juiz, o qual dirimiu conflitos de interesses originários das relações jurídicas de consumo. A intervenção

estatal mostrou-se necessária para diminuir a desigualdade existente entre o fornecedor e o vulnerável da relação, o consumidor.

Assim, pode-se perceber que a intervenção estatal tornou-se necessária, considerando que o próprio mercado de consumo, bem como a legislação vigente, não possuíam forças para solucionar esse desequilíbrio entre consumidores e fornecedores.

Conforme Benjamin, Bessa e Marques (2014), existem três maneiras de introduzir o direito do consumidor. A primeira pela sua origem constitucional, através do sistema de valores, e direitos fundamentais, que a Constituição Federal de 1988 impõe no Brasil. A segunda por meio da filosofia de proteção dos mais fracos do princípio tutelar, que orienta o direito taxativamente. Já a terceira maneira envolve a sociologia do direito, ao estudar as sociedades de consumo de massa atuais, a visão econômica dos mercados de produção, de distribuição e de consumo, o qual destaca a relevância do consumo e de sua regulamentação especial.

Dessa forma, o Direito do Consumidor é um ramo do direito que se divide entre o direito privado e o público. Possui como principal objetivo proteger o consumidor, em todas suas relações jurídicas com o fornecedor, visto que se conceitua como o mais “frágil” da relação jurídica.

O estudo sobre esse ramo do direito foi introduzido nos cursos de direito brasileiros somente após a Constituição Federal de 1988. Afinal, uma consequência da legislação constitucional que traz um acolhimento dos consumidores, conforme podemos perceber no Art. 5º, inc. XXXII da CF/88:

Art. 5º [...]

XXXII - O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor.

Ainda, possui respaldo no art. 170, inc. V, da CF, que dispõe:

Art. 170 [...]

V - A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observado os seguintes princípios: defesa do consumidor.

Ou seja, a Constituição de 1988 considera a defesa do consumidor como um dos princípios da ordem econômica nacional.

Assim, para regular os direitos dos consumidores, com base na proteção constitucional, surgiu o CDC (Código de Defesa do Consumidor), instituído pela Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. É uma legislação ordinária com função social, que possui normas de direito privado, mas de ordem pública, conforme art. 1º da referida lei:

Art. 1º o presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social [...].

Dessa maneira, se manifestam Benjamin, Bessa e Marques (2014, p. 59):

A necessidade dessa regulamentação nasceu da prática da sociedade de massa, da própria filosofia social intervindo com valores constitucionais de igualdade material no direito privado [...]. São normas pensadas topicamente (topos = problema, ponto, localização, núcleo), mas legisladas sob a égide de uma finalidade comum, sob o manto de princípios e valores comuns, de origem constitucional [...].

Ainda, conforme Nunes (2019), não será possível interpretar adequadamente a legislação consumerista se não se tiver em mente o fato de que comporta um subsistema do ordenamento jurídico, o qual prevalece sobre os demais, com exceção do próprio sistema da Constituição, sendo aplicável a outras normas de forma supletiva e complementar. O que a lei consumerista faz é tornar objetivos, para as relações de consumo, os comandos constitucionais.

É importante ressaltar, segundo Júnior (2017), que antes da edição do CDC, as relações privadas eram conduzidas pelo Código Civil (CC) e, sucessivamente, aquelas trancadas entre fornecedores e consumidores. Assim, na vigência do CDC, as relações consumeristas foram retiradas do âmbito do CC em tudo aquilo que passou a ser dirigido pela nova codificação protetiva. Contudo, o CDC passou a ser aplicado às relações travadas após a sua entrada em vigor.

Dessa maneira, percebe-se que o Código do Consumidor foi elaborado para dar efetividade a alguns dos princípios previstos na Constituição Federal, tendo em vista que visa proteger os sujeitos mais vulneráveis, ou seja, os consumidores,

fazendo-os possuir e usufruir dos seus direitos, bem como para regulamentar a importante relação jurídica de consumo.

2.2 Conceito de consumidor

Segundo Benjamin, Bessa e Marques (2014), o grande desafio do intérprete e aplicador do CDC, sendo um Código que regula uma relação jurídica entre privados, é saber diferenciar e “ver” quem é comerciante, civil, consumidor, fornecedor, quem faz parte da cadeia de produção e de distribuição e quem retira o bem do mercado como destinatário final, bem como quem é equiparado a este, por exemplo, uma vítima de acidente de consumo. No caso do CDC é este o exercício, de definir quem são os sujeitos da relação contratual e extracontratual, que vai definir o campo de aplicação desta lei, ou seja, as quais relações ela se aplica.

A definição de consumidor está prevista no próprio Código de Defesa do Consumidor, com a seguinte redação:

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Conforme Júnior (2017, p. 06), “depreende-se do dispositivo que o Código utilizou o caráter econômico para a conceituação de consumidor, na medida em que leva em consideração o fato de a própria pessoa adquirir os produtos para utilização pessoal e, não, comercial”. Assim, pode-se salientar que o conceito adotado pelo Código é exclusivamente de caráter econômico, considerando que o consumidor é conceituado como aquele que adquire ou utiliza um produto, ou seja, possui uma necessidade própria para ser o destinatário final da “cadeia” do consumo. É o tipo de consumidor conhecido como padrão.

Ainda, deve-se acrescentar que o consumidor, além de ser o destinatário final do produto ou serviço, deve ser o que possui a vulnerabilidade na relação jurídica de consumo, considerando o princípio previsto no art. 4º, inc. I do CDC, o qual será comentado, a seguir.

Assim, constata-se a presença de dois requisitos para qualificar pessoa como consumidora: a) ser a destinatária final da relação de consumo: e, ainda, b) ser a parte mais vulnerável dessa relação.

Entretanto, consoante Benjamin, Bessa e Marques (2014, p. 98):

O consumidor é uma definição também ampla em seu alcance material. No CDC, o consumidor não é uma definição meramente contratual (o adquirente), mas visa também proteger as vítimas dos atos ilícitos pré-contratuais, como a publicidade enganosa, e das práticas comerciais abusivas, sejam ou não compradoras, sejam ou não destinatárias finais. É uma definição para relações de consumo contratuais e extracontratuais, individuais ou coletivas.

Ou seja, no direito brasileiro, o consumidor sempre aparece quando há um fornecedor na relação consumerista. Ressalte-se, também, que a palavra “consumidor” refere-se a pessoa física ou jurídica, nos termos do art. 2º, caput, do CDC.

Nunes (2019, p. 130) afirma que “[...] o CDC abraça nossa tese no sentido de que há bens de consumo (produtos e serviços) que são adquiridos para o fim de produção, sem que a relação jurídica estabelecida deixe de ser de consumo”. Por isso, percebe-se que o destinatário final também é aquele que adquire para fins de produção de outros produtos, desde que eles sejam oferecidos regularmente no mercado.

Além disso, existem duas teorias para a definição principal do conceito de consumidor, que divergem na interpretação de quem seria o “destinatário final”: as teorias finalista e a maximalista.

A teoria finalista delimita quem merece a tutela, ou seja, quem é consumidor e quem não é. Interpretam a expressão “destinatário final” de maneira limitada, apenas como requerem os princípios básicos do CDC. Já afirma que o consumidor é aquele que faz uso do bem ou serviço para fins pessoais.

Portanto, conforme Benjamin, Bessa e Marques (2014), o destinatário final seria aquele destinatário fático e econômico do produto ou serviço, seja ele pessoa

física ou jurídica. Logo, não basta ser destinatário fático do produto, retirá-lo da cadeia de produção, levá-lo para sua residência – é necessário ser o destinatário final econômico do bem, não o adquirir para uso profissional, porque o bem seria novamente um instrumento de produção cujo preço será incluído no preço final do profissional que o adquiriu.

Por isso, podemos perceber que a teoria finalista restringe o conceito de consumidor como aquele que utiliza o produto/serviço que adquiriu para si próprio, ou para uso de sua família, não repassando para fins de compra e venda.

Já a teoria maximalista visava às normas do CDC como uma nova regulamentação do mercado do consumo brasileiro em geral e não somente para o consumidor que adquire o bem para consumo próprio. Ou seja, o Código seria para legislação geral para toda sociedade de consumo.

Dessa teoria, salientam Benjamin, Bessa e Marques (2014), que o destinatário final seria o destinatário fático do produto, ou seja, aquele que o retira do mercado e o utiliza, consome. Por exemplo, a fábrica de toalhas que compra algodão para reutilizar e a destrói.

Ainda, os doutrinadores supracitados afirmam: “o problema desta visão é que transforma o direito do consumidor em direito privado geral, pois retira do Código Civil quase todos os contratos comerciais”.

Dessa maneira, podemos salientar ainda que o CDC e o CC divergem no ponto da relação jurídica de consumo, considerando que no Código Civil quem tem o privilégio sempre é o vendedor, tendo em vista que assume o risco de transferir a sua propriedade do bem para o novo dono, ou seja, o adquirente. Já no CDC, quem possui o privilégio é o comprador, isto é, o destinatário final.

Atualmente, a teoria que mais ganhou força foi a finalista, considerando que desde a vigência do Código Civil de 2002 cresceu uma definição de consumidor como o destinatário final imediato.

Cumpra-se enfatizar que além do conceito de consumidor padrão previsto no art. 2º do CDC, o Código prevê ainda um outro tipo de consumidor: o consumidor equiparado, ou por equiparação, o qual se encontra definido nos artigos 2º, § único, 17 e 29, conforme veremos a seguir.

A primeira definição de consumidor por equiparação aparece no artigo 2º, § único, vejamos:

[...] Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Assim, nessa forma, fica clara a ideia de tutela coletiva que apresenta ao consumidor por equiparação. Já o segundo tipo encontra-se previsto no art. 17, *in verbis*:

Art. 17. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.

Desse artigo, percebe-se que os chamados consumidores por equiparação também são as vítimas de eventos danosos, não possuindo a necessidade de ter adquirido o produto ou serviço. Ademais, conforme prevê o art. 29 do CDC:

Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

Deste modo, o terceiro tipo é aquele exposto às práticas comerciais. Visto isto, conforme Nogueira e Pinto (2016, p. 28), “destacam-se aquelas pessoas que não são identificadas por tais práticas. Por exemplo: relação da imobiliária com o locatário, a qual já faz parte de um julgado”.

Logo, consoante Benjamin, Bessa e Marques (2014, p. 194), “para fins de tutela contra os acidentes de consumo, consumidor é qualquer vítima, mesmo que jamais tenha contratado ou não conheça sequer o sujeito responsável. É a regra adotada no direito comparado”.

Diante do exposto, percebe-se que no Brasil, atualmente, há dois tipos de consumidores reconhecidos pela legislação: o padrão, que é o destinatário final da relação de consumo, e o por equiparação, os quais se encaixam naqueles consumidores que sofrem algum dano, mesmo não sendo o principal adquirente do produto e/ou serviço.

2.3 Conceito de fornecedor

Examine-se agora um outro elemento importante e que completa a relação jurídica com o consumidor: o fornecedor, previsto em dispositivo do CDC:

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

Nota-se definição ampla do conceito de fornecedor, e isto ocorre para que um maior número de relações de consumo possam estar protegidas pelo CDC, uma vez que o conceito de consumidor é “restrito”.

Ainda, os conceitos de produtos e serviços que são abrangidos por essa legislação, estão elencados pelo mesmo artigo supramencionado, nos seus parágrafos 1º e 2º, a seguir transcritos:

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

Segundo os doutrinadores Benjamin, Bessa e Marques (2014), quanto ao critério de fornecimento de produtos, o mais caracterizador é ter o desenvolvimento de atividades tipicamente profissionais, como a produção, comercialização e a importação, exibindo também a obrigação de certa habitualidade, como a transformação e a distribuição dos produtos. Essas características são importantes para que se exclua da aplicação das normas previstas no CDC todos os contratos

firmados entre dois consumidores, não profissionais, que são relações em que se aplicam o CC/2002.

Ainda, conforme os autores supracitados, a expressão usada pelo art. 3º do CDC para abranger todos os serviços de consumo, “mediante remuneração”, é sábia, considerando que se encontra adaptada ao mundo atual, onde tudo pode parecer “gratuito”, tendo como exemplo o consumidor idoso, que não paga o transporte urbano, mas é remunerado e não consiste numa atividade de cortesia ou benefício, por conseguinte, é suficientemente abrangente.

Dessa forma, pode-se averiguar que na imensidão do mercado de consumo, o fornecedor é quase sempre remunerado, seja de maneira direta ou indireta, considerando que existe até o enriquecimento dos fornecedores em serviços gratuitos, conforme exposto pelos doutrinadores acima. Assim, todos esses fornecedores devem estar submetidos no conceito previsto no CDC.

Ainda, o conceito de fornecedor, assim como o de consumidor, também possui outro tipo: o fornecedor equiparado, ou por equiparação. Consoante Benjamin, Bessa e Marques (2014), é aquele terceiro na relação de consumo, apenas intermediário ou auxiliar da relação principal, mas que atua frente a um consumidor, por exemplo, o que possui seus dados cadastrados no SPC e não efetuou nenhuma compra, ou a um grupo de consumidores, como se fornecedores fossem, isto é, aqueles que comunicam o registro do consumidor nos bancos de dados, etc.

Essa teoria do fornecedor equiparado será muito usada e conhecida no futuro na cadeia de consumo, tendo em vista que possui e faz parte de uma relação de “poder” com o consumidor.

Diante disso, pode-se perceber que para uma relação jurídica de consumo há dois principais e essenciais sujeitos: o consumidor e o fornecedor. De um lado, o consumidor, o protegido pelo Código, considerando que é o mais vulnerável da relação, e do outro lado, o fornecedor, que se presume que é o que possui conhecimento do produto e/ou serviço que está oferecendo, e o responsável pelas práticas abusivas, bem como pelos defeitos ou vícios dos produtos.

Dessa maneira, pela presunção que o fornecedor é o mais “forte” da relação, que se fornece ao consumidor toda a proteção, prevista no CDC e na própria Constituição Federal.

2.4 Os princípios do protecionismo e da vulnerabilidade previstos no CDC

De acordo com Neves e Tartuce (2018, p. 29), “os princípios não são aplicados apenas em casos de lacunas da lei, de forma meramente subsidiária, mas também de forma imediata, para corrigir normas injustas em determinadas situações”.

Por isso, salienta-se dois de alguns princípios que regem o CDC e trazem a razão dos consumidores serem protegidos: o do protecionismo, previsto no art. 1º da lei supra referida, bem como o da vulnerabilidade, previsto no art. 4º, inc. I. Indispensáveis são as considerações sobre esses princípios, considerando que, pelos mesmos, entender-se-á como e o porquê dos consumidores serem protegidos pela Lei nº 8.078/1990.

Dessa forma, o princípio do protecionismo está assim previsto, no CDC:

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

Com isso, verifica-se que o protecionismo dos consumidores é um dos fundamentos da ordem econômica brasileira. Ainda, enseja a curiosidade de que, em consequência disso, é obrigatório possuir uma cópia do CDC em todos os estabelecimentos de comércio do nosso país, a fim de orientar os consumidores no momento da compra sobre os seus direitos.

Destarte, de acordo com Neves e Tartuce (2018), o princípio do protecionismo engloba algumas repercussões que não podem ser esquecidas: a primeira, é que as regras da Lei nº 8.078/1990 não podem ser distanciadas por acordo entre as partes, sob pena de nulidade absoluta; a segunda, continuamente cabe intervenção do Ministério Público, considerando que a Lei de Ação Civil Pública (Lei nº 7.347/1985) reconhece a legitimidade do MP para demandas coletivas que envolvam danos aos

consumidores; e a terceira, indica que toda proteção constante da Lei Protetiva deve ser conhecida de ofício pelo Juízo, se for o caso de nulidade de eventual cláusula abusiva.

Diante disso, existe ampla proteção, tendo em vista que tudo deve ser interpretado e decidido na forma mais favorável ao consumidor.

Outrossim, o princípio da vulnerabilidade se manifesta nos seguintes termos, no CDC:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

Acentua-se que a vulnerabilidade se origina do fato de que, numa relação entre indivíduos, nunca há uma situação de igualdade.

Assim, conforme Reis (2015), “o princípio da vulnerabilidade é, por consequência, derivado do princípio da igualdade, na medida em que se busca, através do tratamento isonômico das partes, produzir igualdade material onde há, originalmente, desigualdade”.

Por isso, o princípio da vulnerabilidade está previsto no CDC, no art. 4º, inc. I, tendo em vista que o consumidor possui uma posição desigual a do fornecedor, já que é a parte mais frágil da relação de consumo, considerando que, na maioria das vezes, não possui conhecimento prévio e técnico sobre o produto ou serviço que está adquirindo. Com a prática de aplicação desse artigo, assegura-se, assim, a caracterização da isonomia. Ademais, podemos salientar que o próprio Estado reconhece a vulnerabilidade do consumidor, considerando que prevê a defesa do consumidor, no art. 5º, inc. XXXII da CF.

Assim, é importante informar que todos os consumidores possuem a condição de vulnerabilidade, considerando que não é admitida discussão e nem prova ao contrário.

Dessa forma, se manifestam Neves e Tartuce (2018, p. 34):

De acordo com a melhor concepção consumerista, uma pessoa pode ser vulnerável em determinada situação – sendo consumidora –, mas em outro caso concreto poderá não assumir tal condição, dependendo da relação jurídica consubstanciada no caso concreto. A título de exemplo, pode-se citar o caso de um empresário bem-sucedido. Caso esse empresário adquira um bem de produção para sua empresa, não poderá ser enquadrado como destinatário final do produto, não sendo um consumidor vulnerável. Entretanto, adquirindo um bem para uso próprio e dele não retirando lucro, será consumidor, havendo a presunção absoluta de sua vulnerabilidade.

Ademais, afirmam os doutrinadores suprarreferidos, que, para reconhecer a vulnerabilidade, não importa a situação política, social, econômica ou financeira do indivíduo, mas sim a condição de consumidor, enquadramento que depende da análise dos arts. 2º e 3º do CDC, para possuir todos os benefícios expostos na legislação.

Cumprе ressaltar que a vulnerabilidade do consumidor é dividida em quatro espécies, quais sejam: técnica, jurídica/científica, fática/socioeconômica e informacional.

A vulnerabilidade técnica se caracteriza pela ausência de conhecimentos técnicos do consumidor sobre o produto ou serviço adquirido/contratado, considerando que é o fornecedor que possui o conhecimento a respeito dos bens produzidos ou vendidos. Já na vulnerabilidade jurídica/científica, o consumidor possui falta de conhecimento sobre a matéria jurídica ou a respeito de outros ramos, como da economia ou contabilidade. Por exemplo, nos contratos de adesão, a elaboração é realizada pelo fornecedor, e o consumidor possui fraqueza ao apreciar as cláusulas desses contratos. Em relação à vulnerabilidade fática/socioeconômica, o consumidor possui a fraqueza no aspecto econômico e demais situações fáticas. Já a quarta espécie, a informacional, ocorre quando o consumidor é convencido pelas técnicas agressivas das ofertas, tendo em vista que é o fornecedor que manipula e conhece as informações, evidencia assim, uma relação totalmente desigual (ALMEIDA, 2018).

Diante disso, é completamente aceitável o consumidor ser conhecido como a parte mais vulnerável e protegida da relação, tendo em vista que ele não possui conhecimentos aprofundados sobre o produto e/ou serviço, bem como é manipulado

ou seduzido pelos fornecedores, ou pela mídia, para cada vez consumir mais, agindo diversas vezes na emoção, no impulso. Dessa forma, muitos não se preocupam com a consequência, ou com a qualidade do bem que estão adquirindo, por isso, os princípios do protecionismo e da vulnerabilidade são tão importantes no ramo do Direito do Consumidor.

Portanto, por meio do estudo sobre o contexto histórico do Direito do Consumidor, e dos conceitos dos sujeitos da relação jurídica de consumo, bem como sobre os princípios, entende-se que o consumidor é o sujeito vulnerável da relação de consumo, tendo em vista que possui mais fragilidade frente ao fornecedor. Dessa forma, tratar-se-á no capítulo seguinte sobre o superendividamento do consumidor e suas possíveis práticas ou estratégias para prevenção.

3 O SUPERENDIVIDAMENTO NO CAMPO DO CONSUMO

No presente capítulo pretende-se estudar a conceituação de superendividamento, bem como trazer informações sobre possíveis prevenções para esse fato não ocorrer, e ainda, dissertar sobre a responsabilidade dos fornecedores quando ocorre essa situação, e indicar possíveis tratamentos caso o consumidor esteja em uma situação financeira difícil.

Para tanto, abordar-se-á inicialmente o conceito de superendividamento e sua classificação, para então discorrer sobre as práticas preventivas para evitar este fenômeno, e, por fim, sobre a responsabilidade dos fornecedores de crédito frente às práticas abusivas por eles praticadas.

3.1 Conceituação

Atualmente, no contexto da sociedade brasileira, pode-se perceber cada vez mais a imprudência quando se trata de consumo de produtos e/ou serviços. A “onda” de adquirir produtos mais atualizados, por exemplo, o último modelo do smartphone, uma televisão de última geração, e roupas da moda, vêm acarretando diversas consequências. A sedução do consumidor aos apelos do “compra, compra, compra...”¹ daquele apresentador de um canal de compras na TV, ao que parece, revela êxito, sob a ótica do fornecedor.

¹ Jargão utilizado pelo apresentador Ciro Bottini, no canal *Shoptime*.

Percebe-se também uma grande regalia no crédito, sem uma verificação eficaz por meio das instituições financeiras e estabelecimentos comerciais, ou seja, se o indivíduo a quem oportunizaram o crédito, possui reais condições para adimpli-lo corretamente.

Esses atos, bem como outros, os quais serão abordados a seguir, vêm ocasionando o endividamento do consumidor, ou em casos mais graves, o superendividamento.

Dessa forma, salienta-se que o endividamento é conhecido por um fato que se originou de alguma dívida em relação ao fornecedor, ou seja, alguma loja, estabelecimento bancário, financeiras ou até mesmo pelo cartão de crédito. É aquilo que foi adquirido e não conseguiu adimplir.

O Ministério da Justiça (2010, p. 17) constata que “para consumir produtos e serviços, essenciais ou não, os consumidores estão – quase todos – constantemente se endividando, isto é, criando um passivo de dívidas às quais devem mês a mês fazer frente com seu orçamento familiar e seu patrimônio”.

Ainda, conforme o órgão estatal supracitado, o endividamento ou ter alguma dívida frente a um fornecedor, é um fato normal na atual sociedade de consumo, faz parte da liberdade dos consumidores no mercado de hoje, em qualquer classe social.

Conforme Fajan, Souza e Silva (2013, texto digital):

Esta cultura de consumo propagada pela sociedade, a partir da qual as pessoas associam felicidade e status com o ato de adquirir bens ou serviços, leva o consumidor a entrar num círculo vicioso. Compra-se não porque precisa, mas porque está na moda, todos têm, compra-se por satisfação pessoal, por reconhecimento social, e a falta de dinheiro, que deveria ser um limitador do consumismo, é suprida pela oferta de diversos tipos de crédito (empréstimo consignado, cheque especial, cartão de crédito, empréstimo pessoal). E assim, o sonho de consumir vai se transformando em pesadelo, fazendo surgir um universo de consumidores endividados que, muitas vezes, seduzidos pela publicidade de dinheiro rápido, fácil e sem burocracias, tornam-se escravos de suas próprias dívidas.

O consumo é ligado intimamente ao desejo. Ele é gerado pelo desejo, o desejo de ser. Mas ser o quê? Principalmente, ser amado. Contudo, na sociedade atual, o “ser amado” tem um significado diferente daquele conhecido como “antigo aconchego afetuoso”. Hoje só se sente reconhecido e amado aquele que é desejado, convidado, ao qual as portas do mundo do sucesso se abrem (GAULIA, 2009).

Diante disso, pode-se perceber que ser um indivíduo endividado é cada vez mais comum. É um fator individual, mas que traz reflexos no coletivo, considerando que muitos adquirem por “status”, para ser notado, visto pela sociedade. Possui consequências diversas, tanto no lado financeiro, como no social e no emocional, o que se verá adiante.

Segundo Cezar (2007, texto digital):

Vive-se uma verdadeira economia ou cultura do endividamento. Não apenas bens de maior valor costumam ser adquiridos a prazo, mas também os bens de menor expressão econômica, como sapatos ou alimentos nos supermercados, são frequentemente comprados a prazo e em muitas prestações, aumentando o perigo do endividamento excessivo.

Assim, em consequência do endividamento, surge o superendividamento, conhecido como um endividamento excessivo. Contudo, no Brasil, este conceito ainda se restringe no campo doutrinário, mostrando-se com pontos divergentes entre os doutrinadores, o que se mostra diferente nos outros países, considerando que a França, por exemplo, já possui legislação própria.

A lei especial francesa, de 1989, de acordo com Costa (2002, p.10), “define a condição do superendividamento como: caracterizada pela impossibilidade manifesta pelo devedor de boa-fé de fazer face ao conjunto de suas dívidas não profissionais exigíveis e não pagas”.

Dessa forma, os doutrinadores brasileiros se apoiaram na lei francesa para denominar o fenômeno ora explorado, considerando que o termo “superendividamento” vem do neologismo *surendettement*, que provém do latim e tem o significado de “super”. Em português, significa dívida.

Assim, em relação ao conceito do superendividamento no Brasil, leciona Marques (2010, texto digital):

o superendividamento pode ser definido como a impossibilidade global do devedor-pessoa física, consumidor, leigo e de boa-fé, de pagar todas as suas dívidas atuais e futuras de consumo (excluídas as dívidas com o Fisco, oriundas de delitos e de alimentos) em um tempo razoável com sua capacidade atual de rendas e patrimônio.

Ademais, conforme Bezen e Neto (2017), o superendividamento é a consequência da atual sociedade de consumo, sendo o resultado do consumo desenfreado na busca da satisfação de desejos pessoais, bem como na intenção de conquistar um melhor status pessoal e social.

Assim, segundo Teixeira (2012), é um fenômeno constante que pode alcançar um empresário ou um assalariado independente do rendimento ou da profissão que exerçam, ocorrendo nos casos que a pessoa física, detém seus passivos maiores que os ativos, impedindo-se de cumprir com suas obrigações financeiras.

Cumprе salientar que, embora não se possua respaldo legal para o superendividamento no Brasil, está tramitando na Câmara dos Deputados o Projeto de Lei (PL) nº 283 de 2012, de autoria do Senador José Sarney (MDB, do Maranhão), ex-presidente da República, para alterar o CDC, com o objetivo de disciplinar o crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento.

Dessa forma, o art. 54-A, § 1º e 2º do projeto de lei supra referido, conceitua o superendividamento nesse sentido:

§ 1º Entende-se por superendividamento a impossibilidade manifesta de o consumidor, pessoa natural, de boa-fé, pagar a totalidade de suas dívidas de consumo, exigíveis e vincendas, sem comprometer seu mínimo existencial, nos termos da regulamentação.

§ 2º As dívidas de que trata o § 1º englobam quaisquer compromissos financeiros assumidos, inclusive operações de crédito, compras a prazo e serviços de prestação continuada.

Dessa maneira, percebe-se que o indivíduo de boa-fé se torna superendividado quando possui uma grande dificuldade em liquidar suas dívidas, sem o prejuízo do seu próprio sustento e de sua família.

O fenômeno não ocorre apenas de uma causa, tendo em vista que o consumidor possui um conjunto de obrigações que resultam de aquisições para satisfação de necessidades básicas, por exemplo, móveis, alimentação, carro e etc. Pode-se originar de causas não econômicas, como falta de políticas públicas para possuir a devida regulamentação, a falta de informação e de educação para se realizar um consumo consciente, bem como, ainda, enfermidades e/ou acidentes, que acarretam as perdas familiares (BEZEN E NETO, 2017).

Na maioria das vezes, o consumidor deslumbra-se com a propaganda deste ou daquele produto e/ou serviço, bem como a forma de pagamento facilitado, e assim, acaba adquirindo sem necessidade, comprometendo boa parte – ou até todo – o seu salário no final do mês.

Conforme Marques (2010, texto digital) “superendividamento não é o mesmo que pobreza: é excesso de dívidas creditícias não profissionais ou de consumo. As soluções, que vão desde a informação e controle da publicidade [...], são frutos dos deveres de informação [...]”.

Dessa forma, verifica-se que o superendividamento faz parte do dia-a-dia dos consumidores brasileiros, gerando diversas consequências para o indivíduo e sua família, seja por falta de informação ou pelo próprio impulso de adquirir, o que poderia ser evitado, se tanto os consumidores, como os fornecedores, se conscientizassem e fizessem a sua parte.

3.2 Classificação das espécies dos *superendividados*

Conforme Alves Júnior (2018, p. 279), “o superendividamento é condição exclusiva de pessoa física e de boa-fé (ao contrário da pessoa jurídica que já conta com o instituto [...] por meio da lei nacional 11.101/2005)”.

Assim, a fim de afirmar a tutela jurídica, os consumidores superendividados são classificados na doutrina europeia em duas espécies: a ativa e a passiva.

O superendividado ativo é o que se endivida de maneira espontânea, ou seja, ele mesmo colaborou para sua insolvência, em razão de uma péssima administração de seu orçamento familiar, contraindo dívidas que ultrapassam aquilo que se pode pagar.

Neste sentido, Bezen e Neto prelecionam (2017, p. 2.833):

poder-se-á entender o superendividamento ativo quando da identificação de uma acumulação imponderada de dívidas contraídas pelo indivíduo consumidor. Desta maneira, encontram-se abarcadas nesse tipo do fenômeno as situações em que o consumidor corroborou para o estado de insolvência.

Ainda, a espécie ativa se divide em duas categorias: o superendividamento ativo consciente e o inconsciente.

O consciente é aquele que contrai dívidas por má-fé, convencido de que não poderá adimpli-las, visando enganar o credor, deixando de cumprir com sua prestação, possuindo a ciência de que o outro contratante não terá como executá-lo. Ou seja, a intenção desse devedor, desde que adquiriu o produto e/ou serviço, já era de não pagar. Age com reserva mental (NETO, 2009).

Conforme Bezen e Neto (2017, p. 2.833), “nessa forma de superendividamento ativo, não se faz necessária o apoio do Estado para o indivíduo consumidor vir a se recuperar, pois, não atende o requisito para o enquadramento do superendividamento, qual seja, a boa-fé”.

Pellegrino apud Bezen e Neto (2017, p. 2.833) mencionam que:

é aquele proveniente do comportamento econômico do consumidor no sentido de contrair dívidas, ciente da probabilidade de não honrá-las e de que o credor não encontrará meios para o recebimento do crédito. [...]; Nessas situações, aferida a ausência de boa-fé do consumidor, o devedor não receberá respaldo estatal para se recuperar, até porque o próprio conceito de superendividamento insere a boa-fé como pressuposto para sua caracterização.

Dessa maneira, nota-se que o ativo consciente não possui respaldo do Estado para se recuperar, considerando que ele tinha a intenção de contrair dívidas e não as liquidar, ocasionando assim, a incidência de sua má-fé.

Já o ativo inconsciente, é aquele consumidor que agiu de maneira impulsiva, deixando-se levar pelas ofertas e propagandas, crente que conseguiria adimplir suas dívidas.

Segundo Neto (2009, texto digital):

[...] é aquele que agiu impulsivamente e que de maneira imprevidente deixou de fiscalizar seus gastos. É o consumidor imprevidente que embora não tenha sido acometido por nenhum fato superveniente, terminou por superendividar-se por pura inconsequência e não com dolo de lograr, enganar.

Nesse caso, o fenômeno do superendividamento possui respaldo, considerando que o devedor agiu de boa-fé com suas dívidas, convicto de que conseguiria adimpli-las, até, muitas vezes, pelo simples impulso do ato de consumir.

Bertoncello apud Neto (2010, texto digital) afirma que:

Os tribunais estrangeiros costumam ponderar o comportamento do superendividado ativo inconsciente quando da análise dos pedidos de auxílio. Há julgados que deferem os pedidos àqueles devedores que, embora consideravelmente superendividados, chegaram a esta condição por imaturidade ou displicência, havendo, por outro lado, decisões que indeferem o apoio àqueles que contraíram novas dívidas, não para quitar as antigas, mas para manter o nível de vida.

Dessa maneira, percebe-se que, de regra, o devedor ativo consciente não recebe apoio do Estado, considerando que agiu de má-fé, já o inconsciente fica dependente da escolha e do entendimento do Juízo estatal.

Apesar disso, conforme afirma o autor supracitado, com base no CDC, raramente um consumidor ativo inconsciente não receberá o amparo do Estado, considerando que se percebe uma onerosidade excessiva. O consumidor, na sua condição de vulnerável, não pode ter recusado o seu direito de ser tratado porque agiu

de maneira negligente, tendo em vista que o fez movido pelos impulsos de compra gerados pelo marketing e publicidade promovidos pelos próprios credores.

Deste modo, vislumbra-se que o consumidor ativo consciente não é considerado um superendividado para fins de tutela de direito, considerando que se encontra ausente o requisito de boa-fé. Assim, não há como se enquadrar no superendividamento. Todavia, repara-se que ele ainda é citado na condição de superendividado, por possuir dívidas maiores que sua condição de adimpli-las.

Já a espécie passiva, é aquela que o devedor não quis se endividar, mas se encontra nessa situação por situações que fugiram do seu controle, isto é, acasos da vida, do cotidiano, por exemplo, divórcio, desemprego, enfermidades, etc.

Diante disso, Bezen e Neto (2017, p. 2.834) referem: “[...] o indivíduo consumidor, enquadra-se nessa situação decorrente de fatores externos, ocorrem por acidentes da vida sendo suas consequências funestas, elevando o grau de vulnerabilidade do consumir [...]”.

Destarte, percebe-se que o consumidor agiu de boa-fé quando contraiu suas dívidas, considerando que possuía capital para honrá-las, e não contava naquela época com casos fortuitos.

Não possuindo condições de arcar com as dívidas sem afetar o necessário para o seu sustento e de sua família, o consumidor receberá a tutela legal do ordenamento jurídico, considerando que, na maioria dos casos, foi exprimido por práticas ilegais ou atitudes dos fornecedores de crédito e ao risco, tendo em vista transmissões irresponsáveis, ocasionando, dessa forma, a situação de fragilidade (JÚNIOR, 2018).

Nessa situação de descontrole do consumidor, sem mais possuir o poder de equilíbrio sobre suas dívidas, visto que isto ocorreu de uma forma accidental, nota-se a importância do princípio da vulnerabilidade, previsto no CDC, que traz, efetivamente, a proteção legal da relação jurídica de consumo, tendo em vista que o consumidor é o sujeito mais frágil da relação.

Contudo, há como prevenir essa situação de falta de informação que acarreta o superendividamento, com práticas preventivas, sobre as quais se dará ênfase, a seguir.

3.3 Práticas preventivas para evitar o “superendividamento”

As práticas preventivas para evitar o superendividamento possuem como objetivo que o consumidor não se coloque em uma situação de dívidas, as quais não consiga honrá-las, bem como para que não sejam impostas ao consumidor multas/juros/encargos excessivos, dos quais não se possui conhecimento.

Assim, é importante ressaltar que o superendividamento acontece por diversas práticas do consumidor, o qual poderia ser evitado se possuísse conhecimento sobre o produto e/ou serviço que se está adquirindo. Dessa forma, percebe-se que o maior instrumento de prevenção do superendividamento é a informação, a qual possui respaldo no art. 12 do CDC, a seguir transcrito:

Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

Dessa forma, tem-se que o credor é responsável pela falta de informação sobre a utilização e riscos do produto que o consumidor está adquirindo.

Conforme Marques (2010, texto digital), “informação detalhada ao consumidor é dever de boa-fé, de informar os elementos principais e mesmo de esclarecer o leigo sobre os riscos de crédito e o comprometimento futuro de sua renda.”

Dito isto, ressalta-se que o art. 52 do CDC também dispõe sobre o dever do fornecedor a prestar informações:

Art. 52. No fornecimento de produtos ou serviços que envolva outorga de crédito ou concessão de financiamento ao consumidor, o fornecedor deverá, entre outros requisitos, informá-lo prévia e adequadamente sobre:

- I - preço do produto ou serviço em moeda corrente nacional;
 - II - montante dos juros de mora e da taxa efetiva anual de juros;
 - III - acréscimos legalmente previstos;
 - IV - número e periodicidade das prestações;
 - V - soma total a pagar, com e sem financiamento.
- [...]

Assim, o consumidor deve possuir previamente o conhecimento sobre os preços, os juros, os acréscimos previstos, os números de prestações, bem como a soma total a pagar, com e sem financiamento, a fim de não ser enganado.

É importante salientar também o art. 54-B do PL nº 283/2012, o qual prevê de maneira mais detalhada quais são as informações, bem como estabelecem como estas devem ser prestadas, a seguir transcrito:

- Art. 54-B. Além das informações obrigatórias previstas no art. 52 e na legislação aplicável à matéria, no fornecimento de crédito e na venda a prazo, o fornecedor ou o intermediário deverá informar o consumidor, prévia e adequadamente, na oferta e por meio do contrato ou na fatura, sobre:
- I – o custo efetivo total e a descrição dos elementos que o compõem;
 - II – a taxa efetiva mensal de juros, a taxa dos juros de mora e o total de encargos, de qualquer natureza, previstos para o atraso no pagamento;
 - III – o montante das prestações e o prazo de validade da oferta, que deve ser no mínimo de dois dias;
 - IV – o nome e o endereço, inclusive o eletrônico, do fornecedor;
 - V – o direito do consumidor à liquidação antecipada e não onerosa do débito

Assim, percebe-se que o melhor e essencial instrumento para a prevenção do superendividamento é a informação.

Outrossim, é importante o consumidor possuir um prazo de reflexão antes de seguir com a contratação daquele serviço. Dessa maneira, poderá pensar nas cláusulas previstas e observar se estas se encaixam na sua realidade.

Esse prazo de reflexão pode-se observar no art. 49 do CDC, que prevê a desistência do contrato, mas tão somente se o produto e/ou serviço for adquirido fora do estabelecimento comercial, por exemplo, pela internet, telefone ou em domicílio. Dessa maneira, é previsto assim:

- Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

Contudo, reitere-se, essa previsão legal não se encaixa em produtos adquiridos e vistos em estabelecimento comercial, bem como no próprio estabelecimento bancário, somente se encaixa em produtos e/ou serviços os quais não se “enxergam”.

Dessa forma, muitas vezes o consumidor está impulsionado a adquirir o produto e/ou serviço, e assina os contratos fornecidos pelos credores sem se preocupar com a taxa de juros. Por exemplo, num financiamento de veículo, sabe-se que as taxas de juros são demasiadas, contudo o consumidor sob o impulso do ato da compra e por não possuir outro meio de adquirir o bem, assina o contrato nos termos que o fornecedor ou financeira dispõe. Após, ao se dar conta ou passar por dificuldades financeiras, propõe uma Ação Revisional de Contrato, para reduzir os juros, o que poderia ser evitado se tivesse possuído a oportunidade da informação no momento anterior à compra, ou uma simples parada para reflexão.

Ainda, conforme Marques (2010), para a prevenção ser eficaz à população brasileira, inclusive em relação à parcela mais carente que só tem o seu “nome” como patrimônio, deverá ser posto em prática o seguinte padrão: o crédito consciente e responsável só pode ser concedido com tempo e reflexão. Assim, tem-se que a ideia é que o crédito só pode ser concedido pela forma de contrato escrito, do qual deverá ser providenciada imediata cópia ao consumidor, bem como o mesmo deverá possuir a redação de uma forma clara, especialmente quanto aos valores discriminados, da mesma maneira que as taxas e periodicidade.

Cumprе salientar que a autora supracitada traz a ideia de que dois instrumentos de prevenção ainda podem ser incluídos, quais sejam: a) o que inverte o polo de efetiva responsabilidade, sendo denominado como crédito responsável; e b) o que autoriza a retratação de algumas formas de crédito. Desse jeito, conforme a primeira ideia, nascida de uma diretriz europeia, antes de realizar o contrato de crédito, o fornecedor deve avaliar de uma maneira responsável e verdadeira a situação do consumidor que busca o crédito, e se terá reais condições de cumprir com as obrigações decorrentes do contrato. Para isso, sob os limites da legislação, pode requerer as informações essenciais a fim de verificar sua situação financeira e sua

capacidade de devolução e, ainda, poderá saber sobre os seus compromissos financeiros em andamento.

Ademais, o *site* do Tribunal de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul (TJ/RS) traz uma cartilha sobre o superendividamento, a qual dispõe sobre “os 10 mandamentos da prevenção ao superendividamento”, quais sejam:

- 1) não gaste mais do que você ganha;
- 2) tenha cuidado com o crédito fácil;
- 3) não assuma dívida sem antes refletir e conversar com sua família;
- 4) leia o contrato e os prospectos;
- 5) exija a informação sobre a taxa de juros mensal e anual;
- 6) exija o prévio cálculo do valor do total da dívida e avalie se é compatível com sua renda;
- 7) compare as taxas de juro dos concorrentes;
- 8) não assuma dívidas em benefício de terceiro;
- 9) não assuma dívidas e não forneça seus dados pelo telefone ou internet;
- 10) reserve parte da sua renda para as despesas de sobrevivência.

Assim, pode-se verificar que o superendividamento poderia ser evitado se os consumidores possuísem a informação, bem como o verdadeiro discernimento para saber se é capaz de adquirir aquele produto ou não, se não atrapalhará seu orçamento para a vivência do dia-a-dia, ou seja, suas despesas de sobrevivência.

Convém mencionar, ainda, a apostila do Programa de Bem-Estar Financeiro, produzida pela CVM Educacional, no ano de 2018, a qual refere os principais passos para sair do endividamento, quais sejam:

Quadro 02- Principais passos para sair do endividamento

01	Organizar suas finanças, colocando suas despesas no papel, bem como vendo se possui margem para reduzir o orçamento, ou seja, realizar “cortes”.
02	Criar um plano de ação, possuindo disciplina.
03	Conhecer suas dívidas, colocar tudo o que você está gastando ou já gastou no papel.
04	Reestruturar suas dívidas, fazendo cálculos realistas, analisando o contrato, pesquisando condições e contrapropostas oferecidas pelo banco.

05	Cortar gastos desnecessários.
06	Pensar em alternativas para aumentar sua renda.

Fonte: CVM Educacional, 2018.

Dessa forma, verifica-se que no momento em que o consumidor possui ciência de que está entrando numa situação de endividamento, deve tentar adotar todos os passos anteriormente descritos, para que isso não vire uma “bola de neve”, e por conseguinte, não vire um endividamento excessivo, ou seja, o superendividamento. A prevenção pode e deve ser realizada quando o indivíduo se dá conta do que está ocorrendo em sua situação financeira. Consequentemente, agindo assim, conseguirá organizar suas finanças, não atingindo o conceito de superendividado.

O Banco Central do Brasil também dispõe de um “*folder*” em que relaciona algumas dicas para evitar o superendividamento, entre elas:

Quadro 03 – Dicas para evitar o superendividamento

01	Reservar parte de sua renda para imprevistos.
02	Evitar financiamentos ou empréstimos a longo prazo.
03	Tomar cuidado com armadilhas, por exemplo, “compre agora e pague só no carnaval”.
04	Usar o cartão de crédito de forma consciente.
05	Não gastar mais do que ganha.
06	Ter cuidado com as ofertas de crédito fácil.

Fonte: Banco Central do Brasil.

Ademais, é importante informar que antes de adquirir algum produto de forma parcelada, deve ser analisado o valor total que será pago, a fim de verificar se os juros não são abusivos, bem como se não é mais vantajoso juntar o dinheiro e pagar à vista.

Além disso, o consumidor pode prevenir-se através de um planejamento financeiro, ou seja, observar aquilo que ainda paga, suas despesas de sobrevivência, para prever o que se pode pagar, para então adquirir um produto e/ou serviço.

O planejamento financeiro implica em planos e projetos destinados a utilizar recursos efetivamente, evitando dívidas de longa data e financiamentos. Identifica o caminho necessário que se possui para percorrer para então se obter aquele determinado desfecho, sem que isso complique a saúde financeira (FAJAN, SILVA E SOUZA, 2013).

À vista disso, tem-se que todo consumidor antes de adquirir um produto ou contratar um serviço deveria refletir se aquilo é realmente essencial, ou se é supérfluo, se quer adquirir apenas por “comodidade” ou até por “status”, e ainda, se possui reais condições, isto é, uma estabilidade financeira, para lidar com essa dívida. Mesmo que realize a compra do produto à vista, o indivíduo precisa refletir se não vai fazer falta o dinheiro despendido nessa compra no seu orçamento final.

Ressalta-se que um consumidor com uma boa informação, planejamento financeiro e período de reflexão, com certeza não age com impulsividade e se mantém distante do superendividamento. Em outras palavras, uma boa educação financeira poderia afastá-lo destas superdívidas. Para Amadeu (2009), a educação financeira oferece as ferramentas e o poder para que as pessoas possam poupar, mesmo que seja em pequenas quantias, bem como gastar com cautela, por consequência do acesso à informação, e ainda, ensina a desenvolver habilidades que proporcionem um melhor manejo do dinheiro.

3.4 Tipos de créditos existentes no mercado de consumo

Tendo em vista que o crédito é um dos principais fatores do superendividamento, é importante esclarecer o que significa, bem como quais são os principais tipos previstos.

O crédito é um serviço especializado que só é prestado por alguns fornecedores do Sistema Financeiro Nacional, isto é, bancos e financeiras, regulados pela Constituição Federal e ditames do Banco Central, com exceção do cartão de crédito. É um contrato real, considerando a entrega do dinheiro pelo fornecedor e a obrigação do consumidor de cumprir com os juros e ainda, restituir o principal corrigido, caso tenha a inflação e alguns tipos de taxas por causa do uso desse tipo de crédito (MARQUES, 2010).

Ademais, consoante a autora supracitada, crédito é um período que o indivíduo adquire através de diversos contratos ofertados no mercado de consumo, por exemplo, cartões de crédito, financiamentos com cheques pré-datados, financiamentos com carnês, crédito consignado, etc. Por isso, crédito é este tempo

para poder pagar suas dívidas, considerando que se recebe a quantia em dinheiro de maneira imediata, e devolve esse valor em parcelas, acrescido de taxas e juros, no passar de alguns meses, ou até anos.

No Brasil, existem diversos tipos de crédito disponíveis ao consumidor, os quais apresentam diversas vantagens, quanto desvantagens, como: empréstimo consignado; empréstimo com cheque especial; empréstimo com penhor; empréstimo pessoal; *leasing* financeiro; crédito direto ao consumidor, e cartão de crédito. A seguir, aprofundar-se-á sobre cada um deles.

Conforme o Menu Acadêmico do Programa de Bem-Estar Financeiro, produzido pela CVM Educacional, no ano de 2018, o empréstimo consignado é um tipo realizado por funcionários públicos, aposentados pensionistas e empresas privadas. Desconta as parcelas do empréstimo diretamente na folha de pagamento do tomador. Já pelo empréstimo com cheque especial, a instituição bancária disponibiliza ao cliente que possui conta corrente um crédito pré-aprovado, que possui um limite em dinheiro, estabelecido de acordo com o perfil do correntista, que pode usar esse crédito no momento em que achar oportuno. O empréstimo com penhor é crédito disponibilizado com a garantia de um bem penhorado. Dessa forma, o consumidor se livra da análise do cadastro de crédito e não precisa apresentar nenhum analista. O *leasing* financeiro é uma modalidade de crédito para aquisição de bens, por exemplo, automóveis. Funciona como um tipo de “aluguel”, considerando que o veículo fica registrado em nome da empresa de *leasing* até o final do contrato. O crédito direto ao consumidor possibilita crédito no momento em que se está adquirindo bem ou serviço. Para obtenção desse tipo de crédito, o estabelecimento comercial faz um cadastro com base no contracheque, exigindo comprovante de residência e CPF, assim, com o cadastro aprovado, o crédito é concedido na hora. Esse é um exemplo de crédito realizado em lojas, ou seja, os chamados carnês. Já o cartão de crédito² é uma forma de pagar as compras, tendo um limite determinado, em base na renda ou no perfil de consumo.

² Geralmente, os juros mais elevados destas formas de créditos são fixados para operações com cheque especial e do cartão de crédito. Os do cartão, por exemplo, em outubro de 2019, estavam fixados em torno de 275,7%, conforme informação extraída do *site* do G1.

Dessa forma, percebe-se que existem muitos tipos de créditos disponíveis, os quais acabam atraindo o consumidor para adquirir, tendo em vista que se possui atrativos e, um deles, é a ilusão de possuir aquilo que almeja, de ter condições para adquirir, sem se dar conta de que o crédito recebido deve ser restituído posteriormente, e de forma mais cara, tendo em vista que são acrescidos de juros e taxas.

Destarte, Marques (2010, texto digital) afirma que:

Os perigos do crédito podem ser atuais ou futuros. Atuais, pois o crédito fornece ao consumidor, pessoa física, a impressão que pode - mesmo com o seu orçamento reduzido - tudo adquirir e embebido das várias tentações da sociedade de consumo, multiplica as suas compras até que não lhe seja mais possível pagar em dia o conjunto de suas dívidas em um tempo razoável.

Ainda, conforme a autora, os perigos futuros são que ainda que a pessoa faça a frente das suas dívidas parceladas no mês em que está empregada, no outro em que tiver problemas no trabalho ou na família acaba em complicações. O consumidor, por ser otimista, muitas vezes ingênuo até, acaba contraindo mais dívidas do que deveria, tendo em vista que está animado pelo bom momento. Porém, quando possui algum dos incidentes, dos imprevistos de vida (divórcio, separação, doença) seu planejamento financeiro acaba se desequilibrando e pode cair do nível do endividamento para o superendividamento, considerando que as dívidas se acumulam.

É importante ainda ressaltar, conforme Tasca (2008), que do ponto de vista jurídico, o crédito é o direito a uma prestação por parte de alguém, isto é, do devedor frente ao credor. O termo *creditum* deriva do verbo latino *credere*, o qual indica crença e confiança. Dessa maneira, a confiança aparece em destaque para a noção de crédito, considerando que revela uma faceta extrapatrimonial. Sendo assim, conforme o autor, fica visível o aspecto imaterial do crédito, interligado com a temática dos direitos de personalidade. Assim, é lícito afirmar que o crédito pessoal é um direito extrapatrimonial, possuindo a existência ao lado da honra – objetiva e subjetiva - do nome, da imagem e de outros direitos próprios da personalidade jurídica.

Além disso, Tasca defende a ideia de que esse direito possui respaldo na interpretação sistemática do texto da Constituição, considerando que a mesma induz concluir sobre uma existência de uma cláusula geral sobre os direitos de personalidade, abrangendo os direitos personalíssimos, por exemplo, relativos aos aspectos morais, físicos e intelectuais das pessoas, mesmo que não sejam previstos no texto legal, como ocorre com o crédito.

Considerando que os consumidores possuem o direito de procurar e receber informações antes de adquirir o produto e/ou serviço, pode-se afirmar que é um dever dos fornecedores em prestar todas as informações necessárias, a fim de instruir o indivíduo. Os deveres dos fornecedores em prestar informações aos consumidores estão previstos nos artigos 31 e 52 do CDC, *caput, in verbis*:

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

[...]

Art. 52. No fornecimento de produtos ou serviços que envolva outorga de crédito ou concessão de financiamento ao consumidor, o fornecedor deverá, entre outros requisitos, informá-lo prévia e adequadamente sobre:

- I - preço do produto ou serviço em moeda corrente nacional;
- II - montante dos juros de mora e da taxa efetiva anual de juros;
- III - acréscimos legalmente previstos;
- IV - número e periodicidade das prestações;
- V - soma total a pagar, com e sem financiamento.

[...]

Dito isto, tem-se que os fornecedores possuem o dever de informar ao consumidor, devendo as informações ser claras e precisas, a fim de que o indivíduo não caia em armadilhas, bem como tendo em vista que essa atitude ajuda a evitar o fenômeno do superendividamento.

Contudo, percebe-se que na prática é cada vez mais comum a oferta de produtos e serviços sem as informações descritas nos artigos supracitados, principalmente em relação aos juros dos contratos. Por exemplo, uma instituição financeira concede o crédito e proporciona o contrato para o adquirente assinar, só que o indivíduo não possui nenhum conhecimento acerca dos juros desse contrato, o

que está equivocado, considerando que isso deveria ter sido previamente informado ao consumidor.

Ainda, cumpre ressaltar que alguns credores fornecem o crédito de maneira fácil, ou seja, sem verificar se aquele devedor possui reais condições de adimplir com a dívida contraída. Se o fornecedor não cuida desse detalhe, acaba contribuindo para o superendividamento do consumidor.

Contudo, é importante informar que o crédito não faz somente o papel de vilão na relação de consumo, considerando que este ajuda a elevar a economia do país, se contratado com total responsabilidade acerca das suas dívidas e condições. Dessa maneira, se manifestam Ávila e Sampaio (2018, p. 33):

O crédito, quando contratado em situação de estabilidade financeira e laboral, permite o acesso a bens e serviços que melhoram a qualidade de vida dos indivíduos e das famílias, permitindo a inclusão de pessoas de baixa renda mensal na sociedade de consumo.

Isto posto, o crédito adquirido de maneira correta e sem práticas abusivas por parte dos fornecedores, melhora a qualidade de vida do indivíduo e sua família. O mal não é o crédito, considerando que é um direito personalíssimo do ser humano, e sim o que talvez exista por trás dele.

Diante disso, ver-se-á, a seguir, sobre a existência de responsabilidade dos fornecedores frente às práticas abusivas, das quais verifica-se o abuso do crédito, o qual atinge o direito personalíssimo dos indivíduos, por isso, fundamental ser estudado.

3.4.1 Práticas abusivas e a existência da responsabilidade dos fornecedores do crédito

Considerando os tipos de créditos existentes no mercado de consumo, sabe-se que existem muitas práticas abusivas dos fornecedores para que estes sejam proporcionados, isto é, atos praticados fora da legalidade para que o consumidor adquira aquele produto ou serviço, fazendo uso do crédito disponível.

No entender de Benjamin, Bessa e Marques (2014), as práticas abusivas não são contextualizadas sempre como atividades enganosas. Na maioria das vezes, ainda que não lesionem a condição da veracidade, provocam uma demasiada dose de imoralidade econômica e de opressão. Em outros atos, dão causa a danos abundantes contra o consumidor. Se manifestam através de uma sequência de atividades, pré e pós-contratuais, bem como propriamente contratuais, dentre as quais o indivíduo consumidor não possui defesa, ou, se tem, não se identifica habilitado a exercê-las.

Segundo Neves e Tartuce (2018, p. 492), “deve-se entender que constitui prática abusiva qualquer conduta ou ato em contradição com o próprio espírito da lei consumerista”.

Algumas práticas abusivas estão previstas no art. 39 do CDC, *in verbis*:

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

- I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;
- II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;
- III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;
- IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;
- V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;
- VI - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;
- VII - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;
- VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);
- IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais;
- X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços.
- XI - Dispositivo incluído pela MPV nº 1.890-67, de 22.10.1999, transformado em inciso XIII, quando da conversão na Lei nº 9.870, de 23.11.1999
- XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério

XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido.

XIV - permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo

Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

Além disso, há algumas também no decorrer do Código, por exemplo, a comercialização de produtos e serviços impróprios, a cobrança irregular de dívidas de consumo e a veiculação de publicidade clandestina, com base nos artigos 18, § 6º e 20, §2º, 36 e 42 do CDC.

As práticas abusivas podem ser assim classificadas: no processo econômico, são produtivas ou comerciais. A produtiva é a prevista no art. 39, inc. VIII - produção de produtos ou serviços em desrespeito às normas técnicas – e as comerciais estão previstas nos demais incisos. Ainda, as práticas abusivas podem ser contratuais, pré-contratuais e pós-contratuais. As pré-contratuais estão previstas nos incisos I, II e III do art. 39; a pós, está elencada no art. 39, inc. VII; e as contratuais, previstas no inciso XII do art. 39 e no art. 51, o qual disserta sobre a nulidade das cláusulas contratuais abusivas (BENJAMIN, BESSA E MARQUES, 2014).

Conforme Neves e Tartuce (2018), o inc. I do art. 39 proíbe a venda casada. Assim, veda-se que o fornecedor/prestador submeta um produto ou serviço a outro produto ou serviço, ou seja, para realizar a venda atrelada de outros bens. Há venda casada quando o fornecedor somente resolve o problema em relação a um produto ou serviço se um outro produto ou serviço for adquirido; o inc. II prevê a negação de venda, tendo em conta suas disponibilidades e costumes gerais. A restrição para aquisição só é possível se tiver comunicação prévia dos estoques; o inc. III prevê o envio de produto ao consumidor sem solicitação prévia, o que é uma prática bem comum no mercado de consumo; o inc. IV pretende retirar o aproveitamento da condição de *hipervulneráveis* de determinados consumidores, ou seja, idosos e pessoas com deficiências intelectuais ou culturais; o inc. V, impede a lesão objetiva e a onerosidade excessiva, por exemplo, a vedação do enriquecimento sem causa; o inc. VI prevê a obrigatoriedade do orçamento antes de executar o serviço; o inc. VII, veda as listas internas de mau consumidores, isto é, não se pode repassar informação

depreciativa; o inc. VIII, traz que não se pode colocar no mercado de consumo produto ou serviços em desacordo com as normas. Visa uma padronização de condutas, para que os consumidores não sejam expostos a situação de riscos; o inc. IX prevê a proibição de negação de venda a quem se apresenta à celebração do negócio; o inc. X, prevê que o preço não deve ser elevado sem justa causa. Isto é, a expressão deve ser interpretada conforme a realidade social de tutela dos consumidores; o inc. XI, não admite mudanças por parte dos fornecedores do contrato já estabelecido; o inc. XII proíbe a prática potestativa, devendo ser fixado um prazo para que o serviço seja prestado ao consumidor; e por último, o inc. XIII, que visa a medidas de prevenção e combate a incêndio em estabelecimentos;

Desse modo, percebe-se que atualmente, o mercado de consumo vem efetuando cada vez mais as práticas abusivas. Por exemplo, para conseguir um empréstimo numa instituição financeira, precisa ser adquirido em concomitância um seguro de vida, senão o crédito não será liberado. Essa prática está prevista no art. 39, inc. I, a famosa venda casada, antes referida. Assim, verifica-se que com essas práticas, o fornecimento do crédito não se dá de maneira responsável, livre, o que acarreta cada vez mais o endividamento do consumidor, considerando que, pelo fato de precisar do empréstimo, acaba aceitando a junção do seguro de vida.

Contudo, verificada a existência de alguma cláusula abusiva no contrato de consumo, existe a possibilidade de nulidade, nas seguintes condições, com previsão legal CDC, a seguir transcrita:

Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

I - impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos e serviços ou impliquem renúncia ou disposição de direitos. Nas relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor pessoa jurídica, a indenização poderá ser limitada, em situações justificáveis;

II - subtraíam ao consumidor a opção de reembolso da quantia já paga, nos casos previstos neste código;

III - transfiram responsabilidades a terceiros;

IV - estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade;

V - (Vetado);

VI - estabeleçam inversão do ônus da prova em prejuízo do consumidor;

VII - determinem a utilização compulsória de arbitragem;

VIII - imponham representante para concluir ou realizar outro negócio jurídico pelo consumidor;

- IX - deixem ao fornecedor a opção de concluir ou não o contrato, embora obrigando o consumidor;
 - X - permitam ao fornecedor, direta ou indiretamente, variação do preço de maneira unilateral;
 - XI - autorizem o fornecedor a cancelar o contrato unilateralmente, sem que igual direito seja conferido ao consumidor;
 - XII - obriguem o consumidor a ressarcir os custos de cobrança de sua obrigação, sem que igual direito lhe seja conferido contra o fornecedor;
 - XIII - autorizem o fornecedor a modificar unilateralmente o conteúdo ou a qualidade do contrato, após sua celebração;
 - XIV - infrinjam ou possibilitem a violação de normas ambientais;
 - XV - estejam em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor;
 - XVI - possibilitem a renúncia do direito de indenização por benfeitorias necessárias.
- [...]

Não obstante a existência de possibilidades para nulidades frente às cláusulas abusivas, importante também verificar a responsabilidade civil dos fornecedores que praticam os atos abusivos, visto que, agindo de maneira irresponsável, ou seja, realizando a má concessão do crédito, prejudicam os consumidores, os mais vulneráveis da relação de consumo.

Destarte, Ávila e Sampaio (2018), lecionam que a responsabilidade civil introduzida nas relações de consumo possui como objetivo a defesa de um interesse jurídico do consumidor e, em caso de negócios jurídicos de concessão de crédito, tem como objetivo impor ao fornecedor, a fim de defender a segurança do devedor, a realização de certos deveres que garanta a liberdade e a responsabilidade do tomador do crédito.

Para os mesmos autores, é situação de responsabilidade civil quando o credor, nos contratos de crédito, não faz uma avaliação adequada da capacidade de pagamento do devedor, ou mesmo tendo a ciência de que o devedor está com sua capacidade de solvência comprometida, continua disponibilizando tipos de crédito, com juros exagerados. Nessas situações, o fornecedor não está agindo dentro da expectativa de segurança, merecendo ser responsável por sua atuação de má-fé. Assim, diante de uma má concessão de crédito, é possível obrigar o fornecedor de crédito revisar os parcelamentos e prestações, bem como diminuir encargos abusivos e praticar outras medidas que protejam o consumidor das falhas ocorridas no momento da contratação do crédito.

Assim prevê o CDC:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

Em razão disso, percebe-se que o consumidor, ao verificar a má-fé do fornecedor em momento posterior da contratação do crédito, pode requerer a modificação das cláusulas que se mostraram onerosas, restando impossível de adimplir com o devido pagamento.

Ademais, Ávila e Sampaio (2018, p. 97/98) ensinam que:

Na avaliação da responsabilidade civil do fornecedor de crédito na hipótese da má concessão deste, deve se ter em conta que todo contrato cria uma série de expectativas, que têm caráter normativo, principalmente depois da inserção das cláusulas gerais da boa-fé objetiva e da função social do contrato, expectativas monetizáveis ou não, que não encontram guarida na retórica epistêmica liberal. Categorias como *pacta sunt servanda*, autonomia da vontade livremente manifesta, consensualismo e relatividade dos efeitos dos contratos, não conseguem dar respostas para as expectativas não monetizáveis que geram a relação obrigacional, mas que devem ser recompostas pelo direito em caso de afronta. Daí a importância de se reconhecer a responsabilidade do fornecedor de crédito em caso de descumprimento das legítimas expectativas advinda da celebração do contrato de crédito.

Dessa maneira, verifica-se que o prestador do crédito deve ser responsabilizado se não cumpriu com suas obrigações de informar o consumidor, bem como se não agiu dentro da legalidade prevista, isto é, senão agiu com boa-fé na relação de consumo.

3.5 Possíveis tratamentos para os consumidores *superendividados*

Sabe-se que as consequências do superendividamento são demasiadas, tanto no lado financeiro, como no social e no psicológico, considerando que acarreta a exclusão do indivíduo da sociedade, afetando negativamente seu emocional.

Assim, tendo em vista um significativo aumento de pessoas superendividadas no Brasil, é necessária uma busca de possíveis tratamentos para que o consumidor saia dessa situação, considerando que o CDC não possui previsão legal frente ao superendividamento.

É importante informar que no Rio Grande do Sul existe um projeto-piloto conhecido como “Tratamento das situações de superendividamento do consumidor”, de autoria das juízas Karen Rick Bertoncello e Clarissa Costa de Lima, o qual foi criado para realizar, a partir de 2006, audiências com credores dos indivíduos que se declaram superendividados.

Inicialmente, o projeto estava previsto para ser realizado nas Comarcas de Charqueadas e de Sapucaia do Sul. Contudo, atualmente abrange também as Comarcas de Porto Alegre, Canoas e Sapiranga.

É uma prática gratuita, que independe da presença de advogado, e viabiliza a renegociação conjunta das dívidas dos consumidores aos seus credores em ato único, ou seja, na realização de uma única audiência de conciliação.

O consumidor superendividado preenche um formulário-padrão, o qual informa dados pessoais, bem como renda e gastos familiares, e ainda, quantidade de credores e dados sobre as dívidas. Após, o consumidor, quando entrega o formulário, já é notificado da data de audiência. Já os credores, recebem cartas-convite para que compareçam na data afim de conciliação.

Conforme Hennigen (2010, p. 1.194):

Essa iniciativa, respaldada pelo “Movimento pela Conciliação” do Conselho Nacional de Justiça, busca, baseada na voluntariedade das partes, mediar a renegociação de dívidas de forma amigável, de acordo com o orçamento familiar do superendividado (de modo a garantir a subsistência básica de sua família, o chamado mínimo vital) e tem inspiração no modelo europeu da reeducação que visa à responsabilização dos deveres pelos compromissos assumidos.

Dessa forma, o projeto prevê a negociação da dívida, dentro do orçamento familiar do superendividado, garantindo o mínimo vital para ele e sua família.

Bertoncello e Lima apud Hennigen (2010, p. 1.194) informam que:

É importante mencionar que foi projetada sua extensão às universidades (o que já está acontecendo) a fim de desenvolver junto aos futuros bacharéis em Direito uma cultura de pacificação dos conflitos e trabalhar em conjunto com outros campos disciplinares, como Psicologia, Serviço Social, Educação e Economia, uma vez que o superendividamento, por ser fonte de exclusão social, violência doméstica, desagregação familiar e acréscimo nas demandas judiciais, necessita ser enfrentado de forma interdisciplinar.

Assim, tem-se que os consumidores das Comarcas supracitadas estão assessorados na negociação de suas dívidas, considerando que são realizadas audiências a fim de agenciar seus ativos e passivos, para suas reorganizações financeiras. Já na cidade de Lajeado/RS, a qual é objeto de estudo dessa monografia, não se possui nenhum tipo de movimento ou projeto contra o superendividamento, o que será relatado em breve.

Ademais, cumpre ressaltar que o PL nº 283/2012, o qual já foi mencionado anteriormente, foi criado para dispor sobre um tratamento extrajudicial e judicial do superendividamento, dando proteção ao consumidor pessoa física e visando garantir o mínimo existencial e a dignidade humana.

O projeto prevê em seu art. 104-A a instauração de um processo de repactuação de dívidas, visando à realização de uma audiência conciliatória com todos os credores, em que o consumidor apresentará uma proposta de pagamento com prazo máximo de cinco anos, devendo ser preservado o mínimo existencial. Dessa forma, percebe-se que isso já vem sendo realizado, de uma maneira pouco diversa, no projeto-piloto supramencionado.

Ainda, o Projeto, no seu art. 104-B, caput, prevê que se a conciliação resultar inexitosa, o juiz instaurará o processo de superendividamento para revisão dos contratos, através de um plano judicial, a seguir transcrito:

Art. 104-B. Inexitosa a conciliação, a pedido do consumidor, o juiz instaurará o processo de superendividamento para revisão e integração dos contratos e repactuação das dívidas remanescentes através de um plano judicial compulsório, procedendo à citação de todos os credores cujos créditos não integraram o acordo celebrado.

Verifica-se que a aprovação desse projeto seria essencial, considerando que protege os consumidores e ajuda a reorganizar suas dívidas, dando um resultado positivo para a relação de consumo, considerando que o credor recebe, e o devedor liquida seu débito dentro das condições da sua real situação financeira.

Portanto, pelo estudo do fenômeno do superendividamento e de tudo que contribui para o seu aparecimento, entende-se que é uma situação cada vez mais abrangente, tendo em vista que muitas pessoas se endividam pela concessão ou utilização irresponsável de crédito, ou por fatos que não estavam ao seu alcance. Dessa forma, verificar-se-á no capítulo seguinte e derradeiro os dados obtidos junto à CDL e ao PROCON sobre a real situação de (super)endividamento do consumidor na cidade de Lajeado/RS.

4 O (SUPER)ENDIVIDAMENTO EM LAJEADO/RS

Neste capítulo derradeiro, verificar-se-ão os dados coletados junto da CDL e do PROCON, em relação ao número e algumas características dos consumidores (super)endividados na cidade de Lajeado/RS, no ano de 2018, bem como analisar-se-á a definição de SPC, PROCON e CDL, a fim de instruir o trabalho.

Para tanto, realizou-se pesquisa junto aos órgãos supracitados que se localizam na cidade, requerendo autorização por meio de ofício da Universidade do Vale do Taquari-RS, a fim de serem divulgados os dados na presente monografia, os quais serão analisados posteriormente.

4.1 Definição do SPC, PROCON e CDL

Antes de adentrar no assunto dos dados coletados na presente monografia, é necessário verificar o significado dos órgãos pesquisados/entrevistados, bem como conceituar o conhecido “SPC”, considerando que, os dados coletados na CDL, foram dos consumidores que encontravam-se no SPC.

Dessa forma, ressalta-se que o “SPC” é o Serviço de Proteção ao Crédito, um banco de dados de caráter público que indica as informações pessoais, como nome e CPF, de consumidores que estão com suas contas atrasadas, ou seja, aqueles que possuem dívidas. Essas informações são disponibilizadas às lojas, bancos e/ou empresas, as quais podem consultar se o indivíduo está em dia com suas obrigações

antes de fornecer o crédito. O próprio consumidor pode obter informações se está no SPC ou não, apenas consultando no *site*. Esse sistema serve para orientar os fornecedores sobre o perfil do consumidor. Considerando os dados expostos no SPC, foi verificada a incidência de (super)endividados pela CDL, o que será exposto em breve. É importante salientar que o SPC possui respaldo no CDC, *in verbis*:

Art. 43. O consumidor, sem prejuízo do disposto no art. 86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre as suas respectivas fontes.

§ 1º Os cadastros e dados de consumidores devem ser objetivos, claros, verdadeiros e em linguagem de fácil compreensão, não podendo conter informações negativas referentes a período superior a cinco anos.

§ 2º A abertura de cadastro, ficha, registro e dados pessoais e de consumo deverá ser comunicada por escrito ao consumidor, quando não solicitada por ele.

§ 3º O consumidor, sempre que encontrar inexatidão nos seus dados e cadastros, poderá exigir sua imediata correção, devendo o arquivista, no prazo de cinco dias úteis, comunicar a alteração aos eventuais destinatários das informações incorretas.

§ 4º Os bancos de dados e cadastros relativos a consumidores, os serviços de proteção ao crédito e congêneres são considerados entidades de caráter público.

§ 5º Consumada a prescrição relativa à cobrança de débitos do consumidor, não serão fornecidas, pelos respectivos Sistemas de Proteção ao Crédito, quaisquer informações que possam impedir ou dificultar novo acesso ao crédito junto aos fornecedores.

§ 6º Todas as informações de que trata o **caput** deste artigo devem ser disponibilizadas em formatos acessíveis, inclusive para a pessoa com deficiência, mediante solicitação do consumidor.

Já a CDL, é a Câmara de Dirigentes Lojistas, uma associação civil, que representa a classe dos lojistas, sem fins lucrativos. A sua função é representar os comerciantes juntos ao Poder Público, e cada CDL é a mantenedora do Banco de Dados do SPC da sua localidade, conforme exposto no próprio endereço eletrônico da associação. Dessa forma, considerando a sua função, foi possível coletar os dados da presente monografia.

É importante também destacar o que é o PROCON, visto que faz parte da pesquisa aqui exposta. Conforme informado no seu *site*, o PROCON é a sigla do Programa de Defesa dos Direitos do Consumidor, e o mesmo possui principais eixos de atuação, como: atendimento ao consumidor, educação e fiscalização para o consumo. Cabe ao PROCON: 1) esclarecer, conscientizar, educar e informar o cidadão sobre seus direitos e deveres enquanto consumidores; 2) orientar, receber, analisar e encaminhar reclamações, consultas e denúncias de consumidores; 3)

fiscalizar preventivamente os direitos do consumidor e aplicar as sanções; 4) facilitar o exercício da cidadania por meio da divulgação dos serviços oferecidos.

4.2 População estimada dos municípios da Comarca Judicial Estadual de Lajeado/RS

Considerando que os dados coletados no PROCON têm base nos atendimentos da Comarca (Justiça Estadual) de Lajeado, é necessário ressaltar que o número total compreende a população das oito cidades abrangentes, quais sejam: Lajeado, Canudos do Vale, Cruzeiro do Sul, Forquetinha, Marques de Souza, Progresso, Santa Clara do Sul e Sério. Os presentes dados foram retirados do site do IBGE, do ano de 2019.

Quadro 04 – População estimada

Município	População total estimada
Lajeado (sede da Comarca)	84.014
Canudos do Vale	1.716
Cruzeiro do Sul	12.348
Forquetinha	2.412
Marques de Souza	4.009
Progresso	6.244
Santa Clara do Sul	6.603
Sério	1.962

Fonte: IBGE, 2019.

Dessa forma, a população total que abrange a Comarca de Lajeado/RS e atendida pelo PROCON é de 119.308 pessoas.

Ainda, cumpre ressaltar que os dados obtidos junto à CDL só fazem parte do comércio da cidade de Lajeado/RS, na qual sua população totaliza 84.014 pessoas, embora existem clientes de cidades vizinhas, que consomem no comércio local e entram nos índices dos dados obtidos.

4.3 Análise dos dados obtidos

A coleta de dados da presente monografia foi realizada visando obter informações sobre os (super)endividados na cidade de Lajeado/RS, como índice, características, idade, gênero e principais credores, do ano de 2018.

Assim, nos tópicos seguintes serão apresentados os resultados obtidos, descrevendo o percentual de (super)endividados, bem como suas principais características, como idade, gênero, e seus principais credores.

Contudo, cabe esclarecer que essa pesquisa restou prejudicada, considerando que, no Brasil, ainda não se possui um conceito exato para distinguir o superendividado do endividado, bem como não se pôde ter acesso aos dados concretos, tendo em vista que ainda são superficiais. Por exemplo, em entrevista com o Coordenador do PROCON, Sr. Pedro Rodrigues Dourado Bezerra, foi relatado que o órgão não dispõe de sistema específico para realizar busca detalhada dos dados numéricos necessários, sendo a mesma realizada de forma manual, o que dificulta a obtenção dos dados precisamente.

4.3.1 Procedimentos metodológicos

A pesquisa realizada junto aos órgãos da CDL e do PROCON adotou o modelo quali-quantitativo. Consoante Chemin (2015), um delineamento integrado que combine dados qualitativos e quantitativos numa investigação pode ser positivo, tendo em vista que as abordagens possuem aspectos fortes e fracos que se complementam.

Quanto ao método, foi utilizado o dedutivo, considerando que a pesquisa foi iniciada por argumentos gerais, para após chegar nessa parte da monografia, quando será analisado os dados com argumentos particulares. Conforme Mezzaroba e Monteiro (2017), são apresentados os argumentos que se consideram verdadeiros para, em seguida, chegar a conclusões formais. Dessa forma, verificar-se-á os dados mais específicos, referente ao gênero, idade e o perfil de compra dos adimplentes.

A pesquisa realizada para a obtenção desses dados foi autorizada pelo Presidente da CDL, Sr. Henz Rockenbach, após devido oficiamento da UNIVATES (Anexo A), acontecendo pelo sistema interno da própria CDL. Já a pesquisa realizada junto ao PROCON foi autorizada e efetuada pelo Coordenador do Procon, Sr. Pedro Rodrigues Dourado Bezerra, após devido oficiamento da UNIVATES (Anexo B), acontecendo manualmente pelos registros disponíveis, conforme exposto anteriormente.

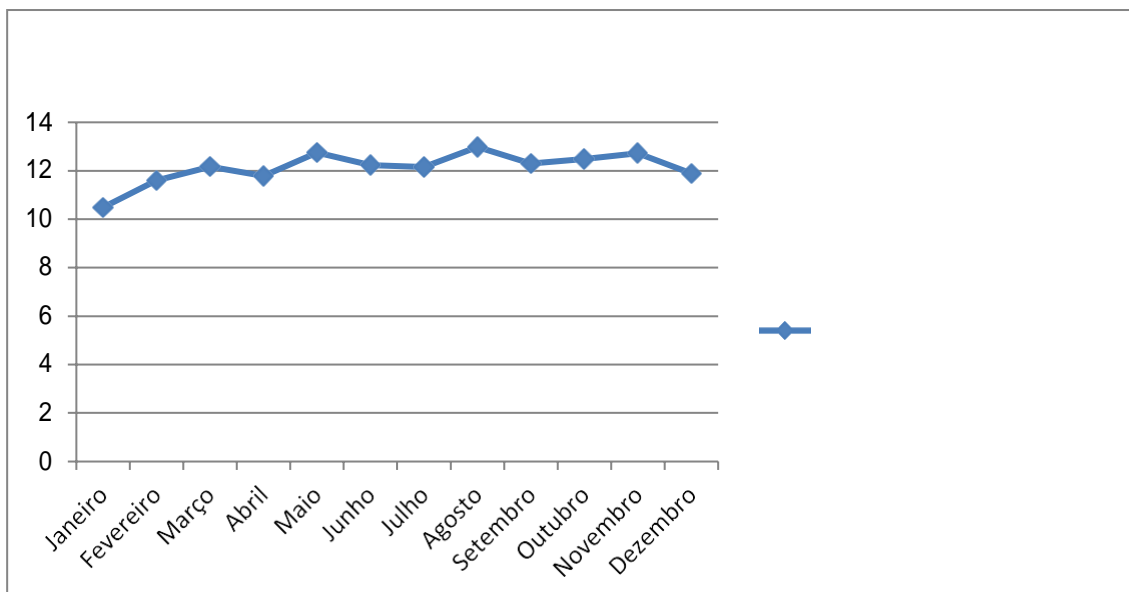
Os dados foram transformados em gráficos, evidenciados por porcentagem e colocados no presente trabalho. Dessa maneira, ressalta-se e ratifica-se que foram analisados todos os dados disponíveis, mesmo que de forma limitada.

4.3.2 Endividados conforme a CDL

O Gráfico 1 reproduz, em porcentagem, o percentual de endividados no ano de 2018 nos seus respectivos meses. O mês com mais endividados foi agosto, atingindo 12,98% da população. Já o menor índice, foi em janeiro, atingindo 10,49% da população.

Importa referir que a obtenção dos dados da CDL é calculada com base em três meses. Por exemplo, verifica-se o número de pessoas consultadas em outubro de 2017, e, então, decorridos três meses, observa-se qual é o percentual dessas pessoas que estavam registradas no SPC, e assim sucessivamente.

Gráfico 1 – Inadimplência em Lajeado



Fonte: Elaborado pela autora (2019)

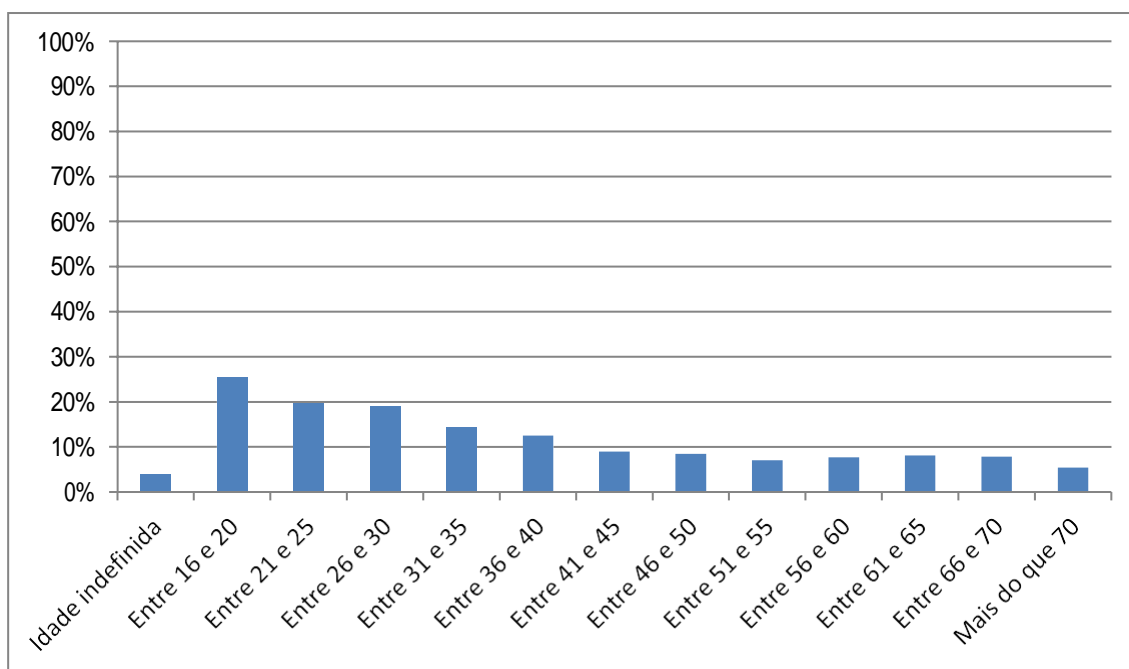
Dessa maneira, observa-se que o índice de inadimplência foi estável no decorrer dos meses, considerando que os endividados, na maioria dos meses, atingiram o percentual acima de 12%. Contudo, é importante salientar que o ano começou com menor índice (10,49%) e terminou decaindo também, saindo dos 12% e atingindo a faixa de 11,89%. Assim, verifica-se a redução, mesmo que pequena, de maneira positiva, considerando que alguns consumidores conseguiram quitar suas dívidas e se manter em “dia” com suas obrigações.

4.3.3 Idade

O gráfico 2 aponta que os jovens entre 16 e 20 anos são os mais endividados, considerando que, do total da população desta faixa etária, 25,32% têm dívidas, e o menor índice pertence aos idosos de mais de 70 anos, alcançando apenas 5,45% do total dessa faixa etária.

Ressalta-se que esse percentual é calculado no total da população que possui essa idade no Município.

Gráfico 2 – Idade dos (super)endividados



Fonte: Elaborado pela autora (2019)

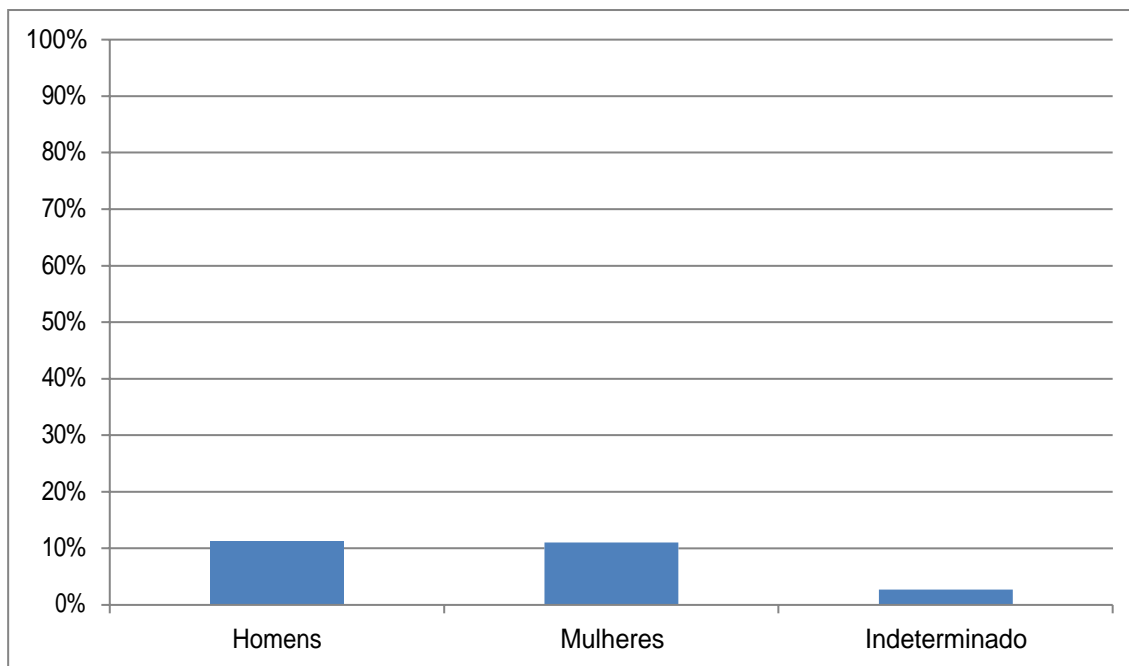
Dessa forma, observa-se no gráfico que, via de regra, a inadimplência é maior entre os jovens, considerando que o desemprego é mais elevado para essa faixa etária. Assim, percebe-se que os adultos, mais estáveis do ponto de vista financeiro, e os idosos, que recebem o benefício de sua aposentadoria, tendem a ter menos inadimplência.

4.3.4 Gênero conforme dados da CDL

Já o gráfico 3, é baseado no gênero dos endividados, sendo o maior alvo as mulheres, com o percentual de endividamento em 11,23%. Os homens endividados representam 11,04% da população masculina do Município de Lajeado/RS.

Esse percentual é calculado no total da população que possui esses gêneros no Município.

Gráfico 3 – Gênero dos (super)endividados



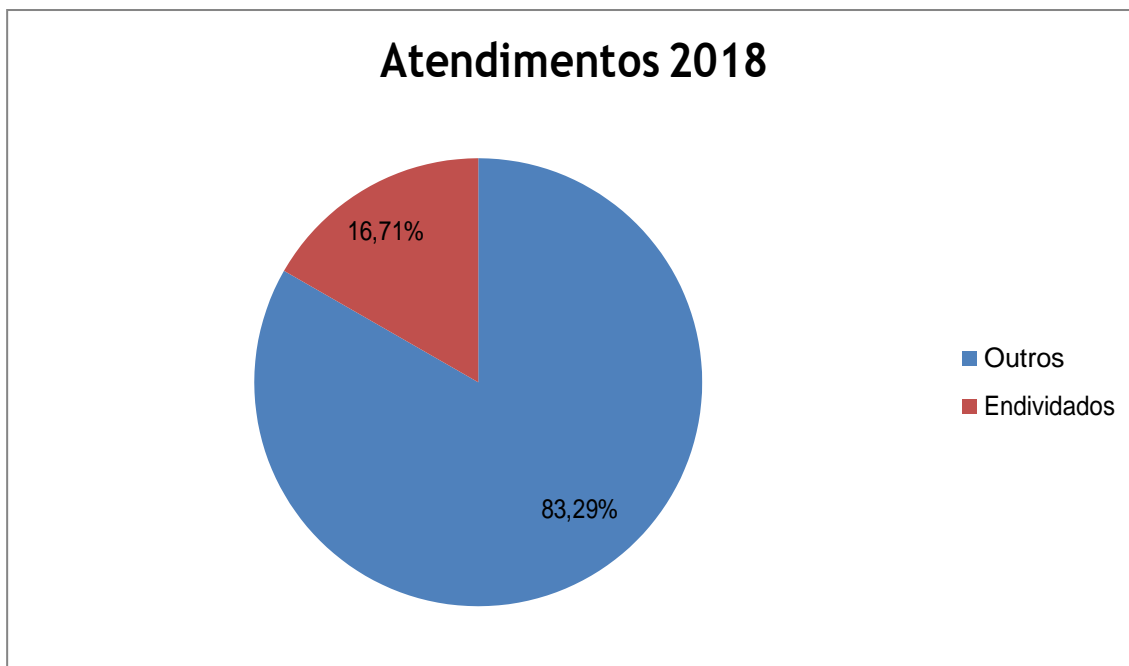
Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Observa-se que o índice de inadimplência de homens e mulheres, visto pelos dados informados pela CDL, não divergem tanto. Pode-se dizer que as mulheres assumem a liderança nessa pesquisa pelo tipo de dívidas contraídas, o que será observado e dissertado a seguir, nos gráficos montados pela pesquisa no PROCON.

4.3.5 Atendimentos realizados pelo PROCON

No gráfico 4, verifica-se que, dos atendimentos realizados no PROCON, 16,71% tratavam-se de consumidores endividados, e 83,29% procuraram o órgão para resolver outros assuntos.

Gráfico 4 – Atendimentos realizados pelo PROCON



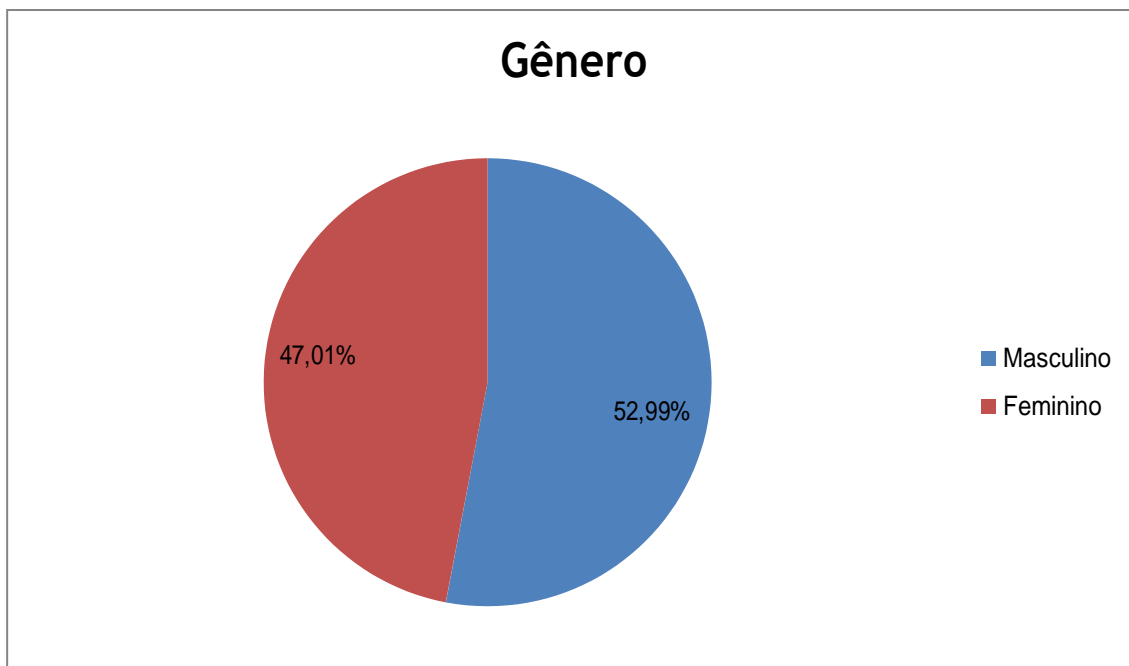
Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Dessa maneira, conforme relatado pelo Coordenador do Procon, foram localizados um total de 700 (83,29%) atendimentos prestados e registrados. Do montante, foram identificados que 117 (16,71%) eram consumidores que relatavam situações nas quais se constataavam valores pendentes sem pagamentos, desejando, em grande parte dos casos, não apenas a identificação da dívida, mas a quitação desta, na forma integral ou parcelada. Assim, examina-se dados satisfatórios, considerando que, na maioria dos casos, os consumidores endividados possuem a intenção de quitar a dívida, dentro das suas próprias condições e realidade.

4.3.6 Gênero conforme dados do PROCON

Já o gráfico 5, aponta que, dos 117 endividados no PROCON, ou seja, no percentual de 16,71%, a maioria, 52,99%, são do gênero masculino, enquanto 47,01% são do gênero feminino.

Gráfico 5 – Gênero



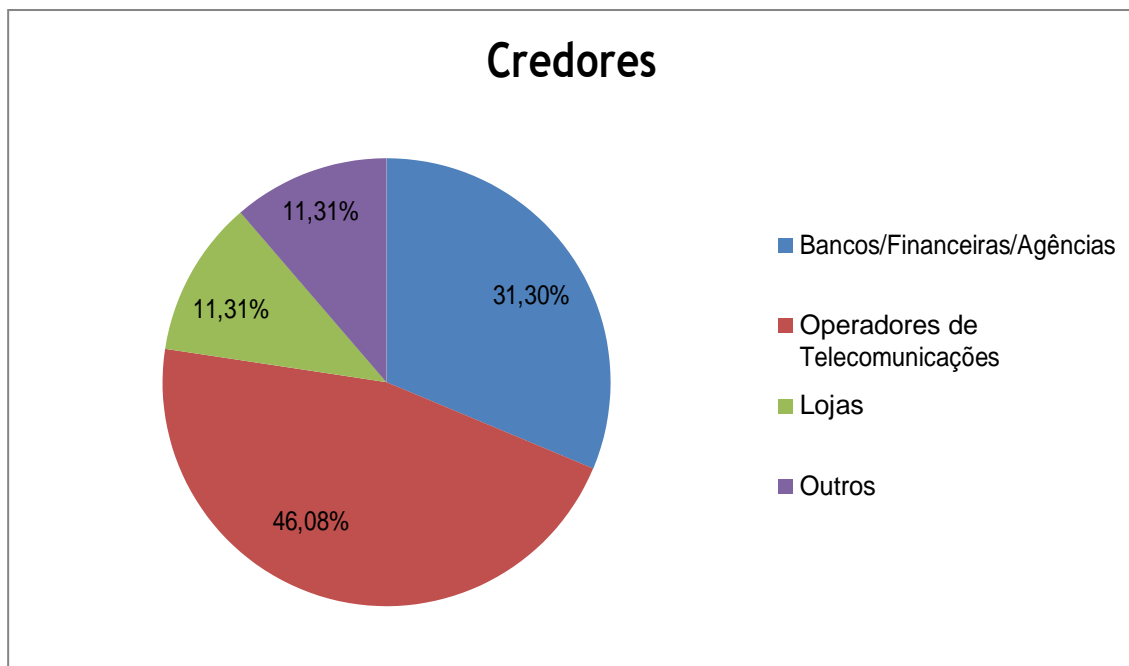
Fonte: Elaborado pela autora, baseado em dados do Procon local (2019)

Em números, encontrou-se que, dos endividados, 62 eram do gênero masculino e 55 do feminino. Esses dados informam que, ao contrário da CDL, foi verificado no PROCON mais homens endividados, o que, eventualmente pode sinalizar que são pelos tipos de dívidas contraídas (telefonias, bancos, financeiras), o que se comparará no próximo gráfico.

4.3.7 Principais credores

Conforme observa-se no gráfico 6, 46,08% das dívidas realizadas foram originadas de contas de telefonia, 31,30% resultaram de banco/financeiras/agências, 11,31% tiveram seu endividamento por lojas, e ainda, 11,31% por outras empresas, como seguradoras, profissionais liberais, escolas profissionalizantes, etc.

Gráfico 6 – Credores



Fonte: Elaborado pela autora, baseado em dados do Procon local (2019)

Assim, verifica-se que, conforme explanado no gráfico acima, a maioria das dívidas constatadas do PROCON de Lajeado, RS, possuem credores como telefonias, agências bancárias e financeiras, enquanto na CDL, é avaliado apenas o sistema das lojas. Pode-se arriscar a dizer que, por isso, o gênero masculino predomina, considerando que, ainda, na maioria das residências, o “patrono”, o pagador, é o homem.

Ainda, observa-se que as telefônicas são os principais credores, o que não está errado, considerando que, como é público e notório, fazem parte dos fornecedores que são os maiores responsáveis pelas práticas e cobranças abusivas.

Por exemplo, conforme Morong e Poisler (2017), uma das práticas abusivas das telefonias é realizar a “publicidade mascarada”, isto é, é comum o consumidor receber ofertas ou outras formas de publicidade disfarçadas em notificações que não sejam por mensagens de texto, fazendo que o indivíduo adquira às mesmas ao esbarrar, sem querer, no botão errado, simplesmente pelo desbloqueio do celular ou acesso à algum aplicativo.

4.4 Análise de dados do Estado do RS

No presente subtítulo, será analisada uma pesquisa junto ao *site* da Federação do Comércio do Estado do Rio Grande do Sul (Fecomércio/RS), na qual constam informações do (super)endividamento na cidade de Porto Alegre/RS, capital do Estado, com a finalidade de realizar uma comparação desse nível a título de interior/capital.

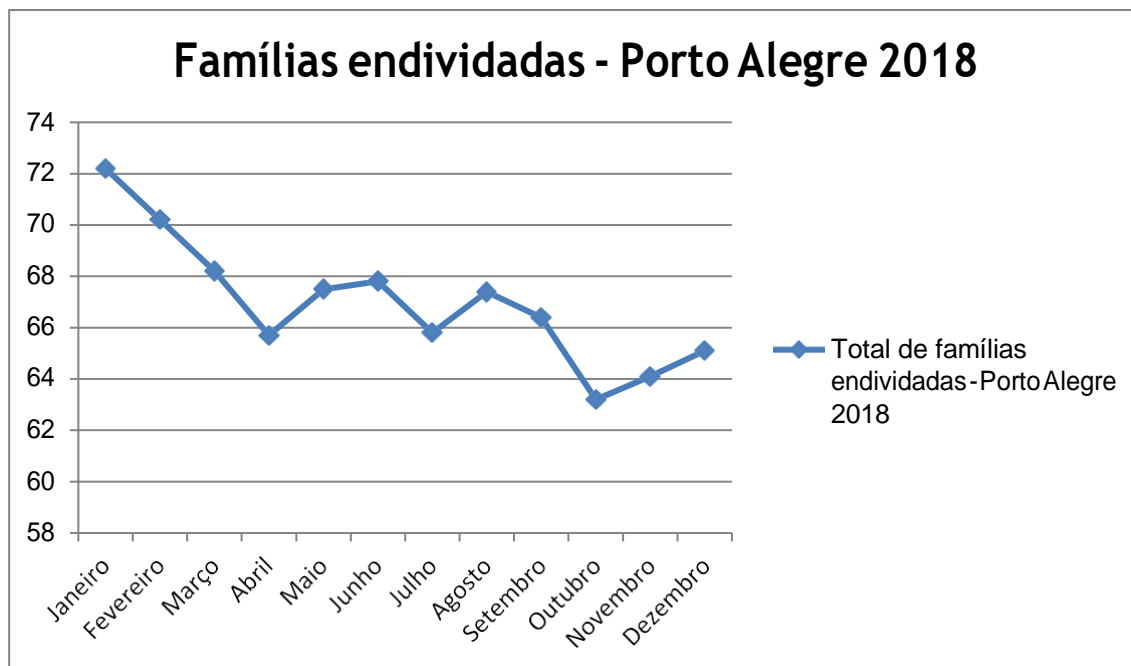
Assim, foram criados gráficos pela autora a partir da pesquisa realizada, a fim de verificar o nível de endividamento em Porto Alegre/RS no ano de 2018, considerando o total de famílias endividadas, ou apenas com contas em atraso e também, àquelas que não terão condições de pagar. Ainda, será verificado os principais tipos de dívidas dos consumidores, relativos a dezembro de 2018.

Ressalta-se que os dados são coletados sempre nos últimos dez dias do mês imediatamente anterior ao da divulgação da pesquisa da Fecomércio/RS.

4.4.1 Famílias endividadas

O Gráfico 7 aponta o percentual de endividados no ano de 2018 nos seus respectivos meses. O mês com mais endividados foi em Janeiro, atingindo 72,2% da população, enquanto que o menor foi de 63,2%, em outubro do ano passado.

Gráfico 7 – Famílias endividadas



Fonte: Elaborado pela autora, com informações extraídas da Fecomércio/RS (2019)

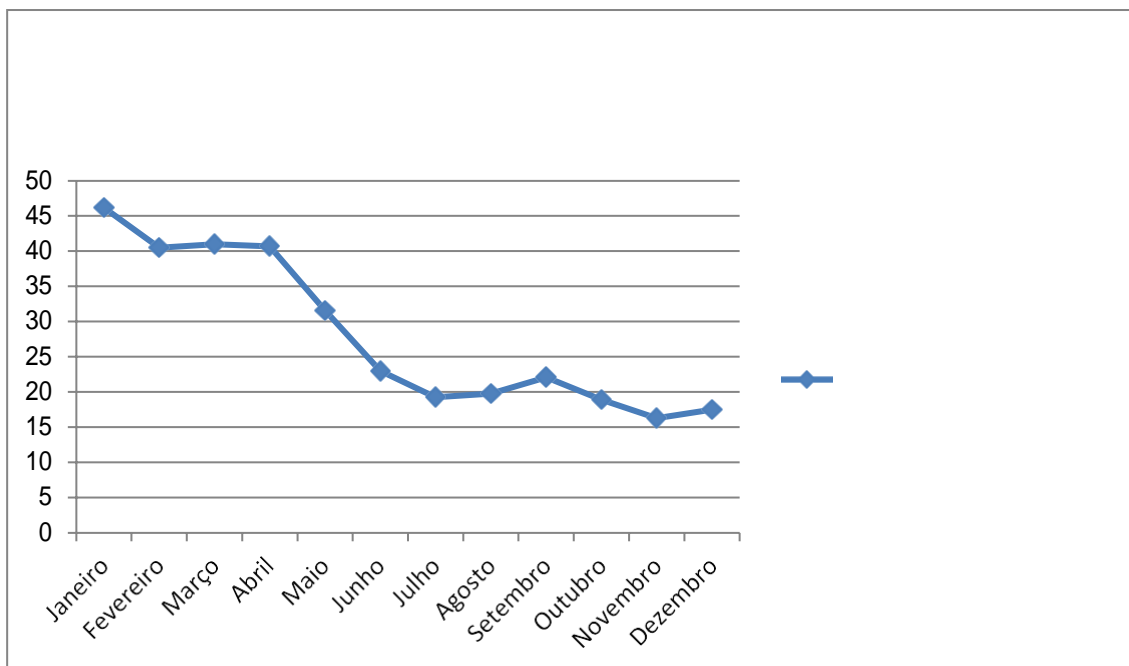
Salienta-se que o gráfico aponta uma diminuição do número de famílias endividadas no decorrer do ano, considerando que em janeiro, o percentual foi de 72,2%, e 65,1% em dezembro. Assim, observa-se uma queda de 9,83% de consumidores endividadados do começo até o final do ano, o que é completamente satisfatório, apesar do aumento de endividamento em alguns meses.

Constata-se que, considerando que a cidade de Porto Alegre já possui o Tratamento Piloto mencionado anteriormente, pode ser o início de um nível de conscientização maior entre os consumidores, tendo em vista que, diminuiu o nível de endividamento ao longo do ano.

4.4.2 Endividadados com contas em atraso

Observando-se o Gráfico 8, verifica-se que os consumidores possuíam o maior percentual de contas em atraso no mês de janeiro, atingindo 46,20%, e o menor percentual verifica-se em novembro, com 16,3%.

Gráfico 8 – Famílias endividadadas com contas em atraso



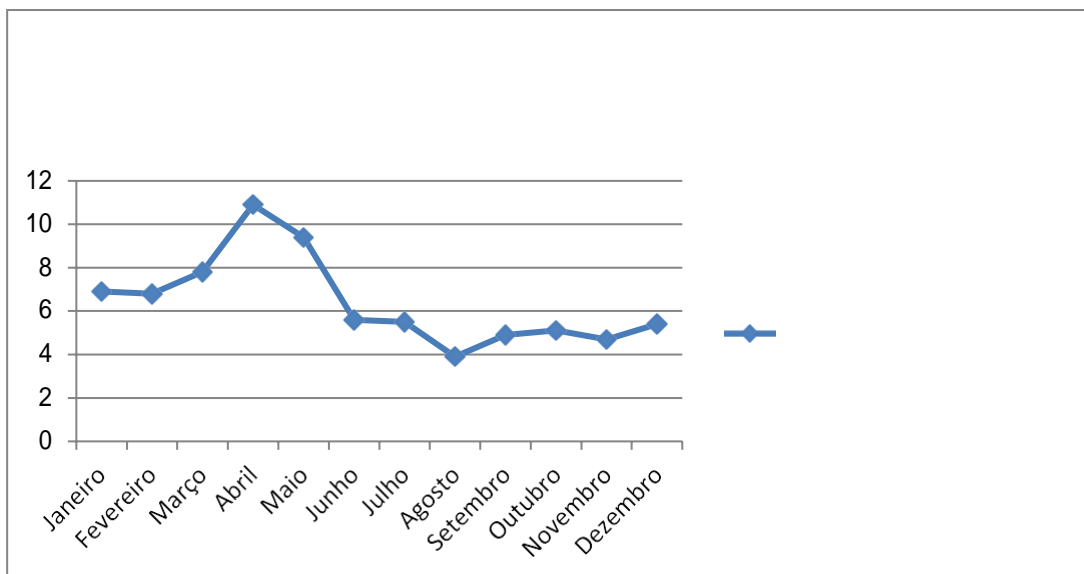
Fonte: Elaborado pela autora, com informações extraídas da Fecomércio/RS (2019)

Conforme já exposto no gráfico acima, é completamente satisfatório o desempenho dos consumidores de Porto Alegre/RS, considerando que, ao longo do ano de 2018, decaiu o índice de endividados com contas em atraso. Supõe-se, como consequência disso, a conscientização de uma grande parte da população e a busca para adimplir suas dívidas.

4.4.3 Endividados que não terão condições de pagar aos credores

Por meio das informações extraídas do sítio eletrônico da Fecomércio/RS, foi possível extrair e transcrever pro Gráfico 9 que, no mês de abril, 10,9% dos endividados não possuíam condições de adimplir suas dívidas, enquanto que, no mês de agosto, 3,9% não conseguiram quitá-las.

Gráfico 9 – Famílias que não terão condições de pagar



Fonte: Elaborado pela autora, com informações extraídas da Fecomércio/RS (2019)

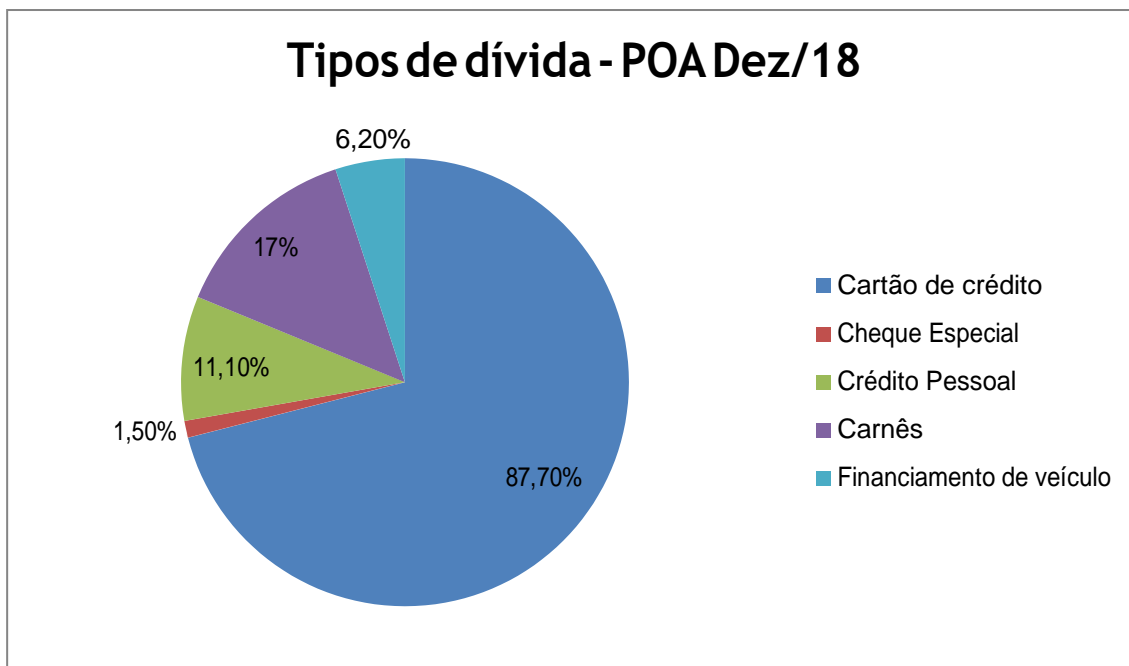
Esse gráfico, diferente dos dois anteriores apresentados referente à cidade de Porto Alegre/RS, demonstra um maior índice de endividados que não terão condições de quitar a dívida no mês de abril, enquanto agosto é o mês que mais demonstrou que os devedores possuíam condições.

Com base nas pesquisas, presume-se que, por meio das festividades no início do ano, bem como pelos consumidores fazerem uso demasiado do crediário, cartão de crédito e demais formas de parcelamento, é o mês que mais se acumulam dívidas, considerando que se endividaram com aquisições de final do ano, carnaval, páscoa e demais datas festivas.

4.4.4 Principais tipos de dívidas – Dezembro/2018

Por fim, o gráfico 10 demonstra o percentual dos principais tipos de dívida na cidade de Porto Alegre, com relação ao mês de dezembro no ano de 2018. Assim, verifica-se que 87,70% das dívidas vinculam-se a cartão de crédito, 17% por consequência de carnês em geral, 11,10% por crédito pessoal, 6,20% por financiamento de veículo e por último, 1,50% de cheque especial.

Gráfico 10 – Tipos de dívidas



Fonte: Elaborado pela autora, com informações extraídas da Fecomércio/RS (2019)

Nessa linha, verifica-se que, literalmente, o maior vilão do endividamento é o cartão de crédito, considerando que o consumidor é iludido na sensação de “poder”, que pode adquirir o objeto/produto porque possui o limite no cartão, sem se dar conta de que posteriormente terá que quitar sua dívida.

Contudo, mostra-se que os dados divergem do município de Lajeado/RS, considerando que, nesta cidade e nas da comarca judicial estadual, o maior índice de endividamento está associado às telefônicas e agências bancárias/financeiras.

Salienta-se que não se pode fazer um comparativo mais profundo, tendo em vista que os dados do Município de Lajeado/RS não forneceram os tipos de dívida, mas tão somente algumas informações características dos principais credores.

Ainda, verifica-se que na capital do Estado do Rio Grande do Sul, é mais acessível a averiguação e coleta de dados, considerando que está demonstrada em um *site* de livre acesso ao público, enquanto no município de Lajeado/RS, interior do Estado, encontra-se dificuldade na coleta dos dados, considerando que o sistema é precário.

Dessa forma, nas próximas páginas, serão apresentadas as considerações finais sobre a pesquisa na presente monografia.

5 CONCLUSÃO

O endividamento é a consequência da sociedade atual de consumo, tendo em vista que os consumidores adquirem os bens, cada vez mais, pelo impulso realizado pela mídia e por ofertas de pagamento fácil que “agradam os olhos”, sem se preocuparem com as devidas consequências.

Dito isto, como consequência de um endividamento demasiado, surge o superendividamento, que, no Brasil, embora já constatado entre a população, ainda não possui respaldo legal, e nem um conceito específico, ficando difícil distinguir o consumidor endividado do superendividado, o que se verificou e afirmou nesse trabalho de monografia, cujo assunto será explanado a seguir.

Assim, a fim de conhecer o fenômeno do superendividamento, no primeiro capítulo desta monografia dissertou-se sobre como o Código do Consumidor surgiu no Brasil, e conceituou-se quem é o consumidor e o fornecedor da relação de consumo. Discorreu-se também sobre dois importantes princípios previstos no CDC: o da vulnerabilidade e o do protecionismo, que explicam o porquê de o consumidor ser o sujeito mais vulnerável de uma relação jurídica de consumo, ou seja, aquele sujeito que precisa de mais proteção, considerando que o fornecedor possui muito mais conhecimento sobre aquele produto e/ou serviço que está oferecendo, e o consumidor sabe apenas sobre aquilo que lhe foi repassado.

No capítulo seguinte, procurou-se conceituar o superendividamento e suas espécies, bem como dar possíveis dicas de prevenção e tratamento para sair dessa

triste situação. Contudo, o conceito de superendividamento restou prejudicado, tendo em vista que os doutrinadores divergem na opinião sobre os consumidores que deveriam ser considerados superendividados ou somente endividados. Ainda, não se possui respaldo legal no Brasil que limite essa expressão em apenas um conceito único e determinado.

Cabe salientar que desde 2012 se possui um Projeto de Lei no Brasil, o PL nº 283/2012, o qual pretende alterar o CDC para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e tratamento do superendividamento, o que, se aprovado, será de extrema importância para a relação jurídica de consumo, considerando que os endividados que possuem a intenção de quitar suas dívidas terão respaldo legal para que isso aconteça de forma igualitária e boa para todos da relação de consumo, não permitindo que seu sustento familiar seja prejudicado.

Finalmente, no último e mais importante capítulo do desenvolvimento, iniciou-se descrevendo sobre os principais órgãos vistos nessa monografia, quais sejam, a CDL, o PROCON e o SPC, bem como verificou-se o total da população estimada na Comarca de Lajeado/RS, considerando que os dados do PROCON foram retirados da comarca em si, já que o órgão atende nessa circunstância.

Diante da pesquisa realizada na CDL, notou-se que o público mais endividado em Lajeado é o público jovem, de 16 a 20 anos, com mulheres predominando essa situação. Constata-se que uma consequência disso é que os jovens estão se inserindo no mercado de trabalho, e muitos ganham o crédito em lojas, de uma maneira fácil, e acabam ficando desempregados. Também, cabe ressaltar que é uma fase de transição, onde a maioria deixa se der “dependente” dos seus pais para terem uma renda própria, o que pode acarretar numa péssima administração das suas finanças.

Já na pesquisa realizada perante o PROCON, não se teve acesso ao requisito da idade, mas sim ao gênero e aos principais credores, os quais foram constatados pelo número de reclamações. Assim, observou-se que no órgão supracitado, os índices mudam, o homem é o gênero que mais se encontra endividado, bem como as telefonias e agências bancárias/financeiras são os principais tipos de credores ali constatados.

Oportuniza, nesse momento, arriscar que os tipos de gêneros mudam pelo tipo de dívida contraída, considerando que, muitas famílias ainda percebem o homem como o “patrono” da residência, isto é, o que possui o nome nas contas de telefone, créditos em financeiras e empréstimos bancários, por exemplo. Já na CDL, as dívidas pesquisadas são no comércio, em lojas, o que chama mais atenção do público feminino.

Todavia, cabe ressaltar que as pesquisas restaram, de um modo, frustradas, considerando a falta de informações do endividamento em Lajeado, tendo em vista o sistema no qual estas informações estão disponibilizadas. Por exemplo, no PROCON, os dados foram analisados de maneira manual, o que de alguma forma é estranho no mundo atual, considerando que a tecnologia é ferramenta de suma importância para a coleta desses dados, na medida em que proporciona a criação de políticas públicas aos consumidores endividados.

Após, foram pesquisados dados no endereço eletrônico da Fecomércio do Rio Grande do Sul, a fim de fazer um comparativo entre os tipos de endividados de Lajeado e de Porto Alegre. Esses dados foram transformados em gráficos, com a finalidade de melhor entendimento. Dessa forma, arrisca-se concluir que na capital do RS o nível de endividamento é maior pelo total da população, e ainda, os tipos de dívidas contraídas são diferentes, visto que o maior causador de dívidas da cidade é o cartão de crédito, o que é muito usado numa população que está sempre “correndo”, como é o caso de Porto Alegre.

Ainda, verificou-se que na cidade supracitada, é mais acessível a coleta de dados, considerando que está demonstrada em um *site* de livre acesso ao público, enquanto Lajeado somente nos permite possuir informações rasas, o que foi meu principal desapontamento nesse trabalho.

Em que pese exposto ao longo da presente monografia que o município de Lajeado não possui práticas e informações para prevenção e tratamento do (super)endividamento, constatou-se em matéria vinculada ao jornal local *A Hora*, de 29/10/2019, que Lajeado aderiu à Campanha Super Feirão Zero Dívida, e foi anunciada para este mês de novembro, em parceria com o CDL de Porto Alegre. A campanha consiste em facilitar acordo entre credores e devedores, o que se mostra

completamente satisfatório, tendo em vista a falta de incentivos do Poder Público para reduzir o nível de consumidores endividados no Município, considerando que, ainda, não existem muitas políticas públicas para ajudar na relação entre credor e devedor.

Portanto, fica demonstrada, neste TCC, a relevância do estudo sobre o superendividamento, considerando que, lamentavelmente, ainda não se possui de meios para combater essa situação, mesmo que muitos consumidores se encontram nela. Assim, almeja-se que o presente trabalho dê mais espaço para o assunto, de modo que venha ser mais abordado e estudado, tanto pelos operadores de direito, quanto pela própria população.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Fabrício B. de. **Direito do consumidor esquematizado**. 6.ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018. E-book. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553601295/cfi/0!/4/4@0.00:37.8>>. Acesso em: 10 out. 2019.
- ALVES JUNIOR, Edson D. O Fenômeno do Superendividamento no Ordenamento Jurídico Brasileiro: soluções legais para o amparo do consumidor superendividado. In: **Revista das Faculdades Integradas Vianna Júnior**, Juiz de Fora, 2017. Disponível em: <<http://viannasapiens.emnuvens.com.br/revista/article/view/425/299>>. Acesso em: 03 mai. 2019.
- AMADEU, João Ricardo. **A educação financeira e sua influência nas decisões de consumo e investimento**: proposta de inserção de disciplina na matriz curricular. Unoeste. Presidente Prudente: SP, 2009. Disponível em: <<http://bdtd.unoeste.br:8080/tede/handle/tede/820#preview-link0>>. Acesso em: 22 out. 2019.
- ÁVILA, Marília de; SAMPAIO, Silva. **Superendividamento e consumo responsável de crédito**. Brasília: TJDFT, 2018. E-book. Disponível em: <<https://bdjur.tjdft.jus.br/xmlui/bitstream/handle/tjdft/42324/Superendividamento%20e%20consumo%20respons%C3%A1vel%20de%20cr%C3%A9dito.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 07 out. 2019.
- BENJAMIN, Antonio H. V; BESSA, Leonardo R; MARQUES, Cláudia L. **Manual de direito do consumidor**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2014.
- BEZEN, Gabriela C; NETO, Mario F. **O direito fundamental de proteção ao consumidor em tempos de globalização e o fenômeno do superendividamento**. Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/64170844-O-direito-fundamental-de-protecao-ao-consumidor-em-tempos-de-globalizacao-e-o-fenomeno-do-superendividamento.html>>. Acesso em: 24 set. 2019.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 01 set. 2019.

_____. **É possível sair do superendividamento**. Brasília: Banco Central do Brasil. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/pre/pef/port/folder_serie_II_%E9_possivel_sair_do_supere%20ndividamento.pdf>. Acesso em: 24 set. 2019.

_____. Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código do Direito do Consumidor**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8078.htm>. Acesso em: 07 set. 2019.

_____. Lei 10.406, de 10 de janeiro de 2002. **Código Civil**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2002/L10406.htm>. Acesso em: 07 set. 2019.

_____. Ministério da Justiça. **Prevenção e tratamento do superendividamento**. Brasília: DPDC/SDE, 2010. Disponível em: <<https://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/Anexos/manual-tratamento-do-super%20endividamento.pdf>>. Acesso em: 07 out. 2019.

_____. **Projeto de lei do senado nº 283 de 2012**. Emenda nº 43. Disponível em: <<https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=3911533&disposition=inline>>. Acesso em: 08 out. 2019.

CÂMARA DE DIRIGENTES LOJISTAS - CDL. **A Entidade**. Disponível em: <<https://cdl.com.br/>>. Acesso em: 25 out. 2019.

CEZAR, Fernanda Moreira. O consumidor superendividado: por uma tutela jurídica à luz do direito civil-constitucional. In: **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 63, p. 131-164, 2007. Disponível em: <<https://www.revistadoatribunais.com.br/maf/app/resultList/document?&src=rl&srguid=i0ad6adc60000016dadd9149e5ce3b965&docguid=Ifa488160f25211dfab6f010000000000&hitguid=Ifa488160f25211dfab6f010000000000&spos=1&epos=1&td=2029&context=57&crumb-action=append&crumb-label=Documento&isDocFG=true&isFromMultiSumm=true&startChunk=1&endChunk=1>>. Acesso em: 03 set. 2019.

CHEMIN, B. F. **Manual da Univates para trabalhos acadêmicos**: planejamento, elaboração e apresentação. 3. ed. Lajeado: Univates, 2015.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS - CVM. **Programa bem-estar financeiro**. CVM: Escola de Educação Financeira, 2018. Disponível em: <https://www.investidor.gov.br/portaldoinvestidor/export/sites/portaldoinvestidor/menu/Menu_Academico/Programa_Bem-Estar_Financeiro/Apostilas/apostila_02-bef-credito.pdf>. Acesso em: 10 out. 2019.

COSTA, Geraldo F. M. **Superendividamento**: A proteção do Consumidor de Crédito em Direito Comparado Brasileiro e Francês. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2002.

FAJAN, Fernanda D.; SILVA, Juliana T.L; SOUZA, Dércia A. de. **Análise do endividamento e dos fatores que influenciam o comportamento de alunos universitários**. Portal Acadêmico AEDB, 2013. Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos15/13722130.pdf>>. Acesso em: 11 out. 2019.

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL - FECOMÉRCIO/RS. **Pesquisa de endividamento e inadimplência do consumidor – PEIC**. Disponível em: <<http://fecomercio-rs.org.br/wp-content/uploads/2018/01/2018-dez-PEIC-RS.pdf>>. Acesso em: 26 out. 2019.

GAULIA, Cristina T. O abuso de direito na concessão de crédito: o risco do empreendimento financeiro na era do hiperconsumo. In: **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 71, p. 34-64, 2009. Disponível em: <<https://www.revistadotribunais.com.br/maf/app/resultList/document?&src=rl&srguid=i0ad6adc60000016daddce8599f835822&docguid=l06fa0460f25311dfab6f010000000000&hitguid=l06fa0460f25311dfab6f010000000000&spos=2&epos=2&td=291&context=94&crumb-action=append&crumb-label=Documento&isDocFG=true&isFromMultiSumm=true&startChunk=1&endChunk=1>>. Acesso em: 29 de set. 2019.

HENNIGEN, Inês. Superendividamento dos consumidores: uma abordagem a partir da Psicologia Social. In: **Revista Mal-Estar e Subjetividade**, Fortaleza, 2010. Disponível em: <<https://periodicos.unifor.br/rmes/article/view/4965/3973>>. Acesso em: 14 out. 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Censo demográfico 1940-2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2007. Disponível em: <<https://seriesestatisticas.ibge.gov.br/series.aspx?vcodigo=POP122>>. Acesso em:

20 out. 2019.

MARQUES, Cláudia L. Algumas perguntas e respostas sobre prevenção e tratamento do superendividamento dos consumidores pessoas físicas. In: **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 75, p. 9 – 42, 2010. Disponível em: <<https://www.revistadoatribunais.com.br/maf/app/resultList/document?&src=rl&srguid=i0ad6adc50000016daddbc16b9bd66b1e&docguid=lbb65be103e5e11e09ce30000855dd350&hitguid=lbb65be103e5e11e09ce30000855dd350&spos=1&epos=1&td=47&context=71&crumb-action=append&crumb-label=Documento&isDocFG=true&isFromMultiSumm=true&startChunk=1&endChunk=1>>. Acesso em: 28 set. 2019.

MEZZARROBA, Orides; MONTEIRO, Cláudia S. **Manual da metodologia da pesquisa no direito**. 7.ed. São Paulo: Saraiva, 2017. E-book. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547218737/cfi/0>>. Acesso em: 20 out. 2019.

MORONG, Fábio F; POISLER, Érica da S. **A insolência das operadoras de telefonia: práticas abusivas contra o consumidor**. Universidade do Oeste Paulista – UNOESTE: Presidente Prudente, SP. 2017. Disponível em: <<http://www.unoeste.br/site/enepe/2016/suplementos/area/Socialis/Direito/A%20INSOL%C3%8ANCIA%20DAS%20OPERADORAS%20DE%20TELEFONIA%20PR%C3%81TICAS%20ABUSIVAS%20CONTRA%20O%20CONSUMIDOR.pdf>>. Acesso em: 01 nov. 2019

NETO, André P. S. Superendividamento do consumidor: conceito, pressupostos e classificação. In: **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, v. 71, p. 09-33, 2009. Disponível em: <[https://www.revistadoatribunais.com.br/maf/app/resultList/document?&src=rl&srguid=i0ad6adc50000016daddce87192b39e10&docguid=l07229b00f25311dfab6f010000000000000000&hitguid=l07229b00f25311dfab6f010000000000000000&spos=1&epos=1&td=291&context=94&crumb-action=append&crumb-label=Documento&isDocFG=true&isFromMultiSumm=true&startChunk=1&endChunk=1](https://www.revistadoatribunais.com.br/maf/app/resultList/document?&src=rl&srguid=i0ad6adc50000016daddce87192b39e10&docguid=l07229b00f25311dfab6f01000000000000&hitguid=l07229b00f25311dfab6f010000000000000000&spos=1&epos=1&td=291&context=94&crumb-action=append&crumb-label=Documento&isDocFG=true&isFromMultiSumm=true&startChunk=1&endChunk=1)>. Acesso em: 29 set. 2019.

NEVES, Daniel A. A.; TARTUCE, Flávio. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 7. ed. Rio de Janeiro: Método, 2018. E-book. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788530978426/cfi/6/2!/4/2@0.00:0>>. Acesso em: 10 out. 2019.

NOGUEIRA, Gustavo S.; PINTO, Cristiano V. S. **Direito do consumidor para concursos**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2016. E-book. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547206734/cfi/0>>. Acesso em: 24 set. 2019.

NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 13. Ed. São Paulo: Saraiva, 2019. E-book. Disponível em:
<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553607532/cfi/0!/4/2@100:0.00>>. Acesso em: 24 set. 2019.

PROGRAMA DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR - PROCON/RS.
Quem somos. Disponível em: <<https://www.procon.rs.gov.br/inicial>>. Acesso em: 25 out. 2019.

[illegible]

SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO - SPC BRASIL. **Conheça o SPC Brasil.** Disponível em: <<https://www.spcbrasil.org.br/institucional/spc-brasil>>. Acesso em: 25 out. 2019.

TASCA, Flóri A. **O crédito como direito personalíssimo**. São Paulo: Jornal Carta Forense, 2008. Disponível em: <<http://www.cartaforense.com.br/conteudo/artigos/o-credito-como-direito-personalissimo/3118>>. Acesso em: 02 out. 2019.

TEIXEIRA, Jonathan H. **Superendividamento: A responsabilidade do credor no superendividamento**. Paraná: FACNOPAR, 2012. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/74107662-Superendividamento-a-responsabilidade-do-credor-no-superendividamento-1.html>>. Acesso em: 10 out. 2019.


TRIBUNAL DE JUSTIÇA DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL – TJ/RS. **Os 10 mandamentos da prevenção do superendividamento.** Porto Alegre. Disponível em:

<https://www.tjrs.jus.br/export/processos/conciliacao/doc/Cartilha_superendividamento.pdf>. Acesso em: 29 de set. 2019.

ANEXOS

ANEXO A – Ofício da UNIVATES requisitando autorização para a CDL

Ofício 017/DIREITO/CCHS/UNIVATES


UNIVATES

Lajeado, 15 de agosto de 2019

Prezado Presidente,

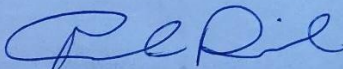
A acadêmica Manuela Johann Etgeton está realizando a sua Monografia do Curso de Direito, no semestre B/2019, sobre "sobre o endividamento da população de Lajeado em 2018", sob a orientação do professor Renato Luiz Hilgert.

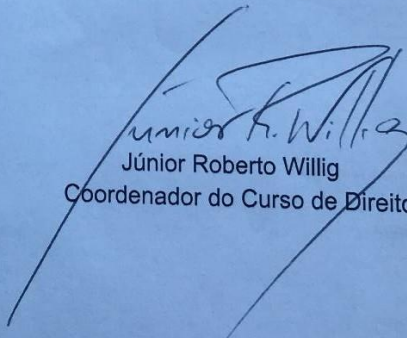
Além de informações conceituais, legislativas e doutrinárias, pretende buscar dados numéricos sobre a realidade local, como a faixa etária dos inadimplentes, a faixa salarial, o gênero, a condição de assalariado, aposentado ou outros, percentual de inadimplência e outras informações alusiva, referentes ao ano de 2018. Assim, solicitamos autorização para que a estudante possa fazer entrevistas e levantamentos de dados.

Informamos que os dados levantados serão utilizados no trabalho acadêmico e eventualmente farão parte de publicação em forma de artigo acadêmico, mantendo-se o sigilo quanto ao nome das parte e número dos processos.

Pela compreensão e autorização de Vossa Senhoria, desde já agradecemos.

Atenciosamente,



Fernanda Storck Pinheiro
Pró-Reitora de Ensino


Júnior Roberto Willig
Coordenador do Curso de Direito

Senhor
Heinz Rockenbach
Presidente do CDL
Lajeado - RS
/EAS

ANEXO B – Ofício da UNIVATES requisitando autorização para o PROCON

Ofício 016/DIREITO/CCHS/UNIVATES


UNIVATES
Lajeado, 15 de agosto de 2019

Prezado Coordenador,

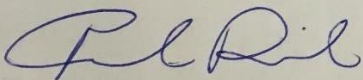
A acadêmica Manuela Johann Etgeton está realizando a sua Monografia do Curso de Direito, no semestre B/2019, sobre "sobre o endividamento da população de Lajeado em 2018", sob a orientação do professor Renato Luiz Hilgert.

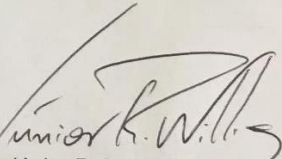
Além de informações conceituais, legislativas e doutrinárias, pretende buscar dados numéricos sobre a realidade local, como a faixa etária dos inadimplentes, a faixa salarial, o gênero, a condição de assalariado, aposentado ou outros, percentual de inadimplência e outras informações alusiva, referentes ao ano de 2018. Assim, solicitamos autorização para que a estudante possa fazer entrevistas e levantamentos de dados.

Informamos que os dados levantados serão utilizados no trabalho acadêmico e eventualmente farão parte de publicação em forma de artigo acadêmico, mantendo-se o sigilo quanto ao nome das parte e número dos processos.

Pela compreensão e autorização de Vossa Senhoria, desde já agradecemos.

Atenciosamente,


Fernanda Storck Pinheiro
Pró-Reitora de Ensino


Júnior Roberto Willig
Coordenador do Curso de Direito

Senhor
Pedro Rodrigues Dourado
Bezerra
Coordenador do PROCON
Lajeado - RS
/EAS



UNIVATES

R. Avelino Talini, 171 | Bairro Universitário | Lajeado | RS | Brasil
CEP 95914.014 | Cx. Postal 155 | Fone: (51) 3714.7000
www.univates.br | 0800 7 07 0809